

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# **RE-DESIGN KEMASAN MIE SAGU DENGAN MENGGUNAKAN METODE *KANSEI ENGINEERING***

## **TUGAS AKHIR**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik

Pada Program Studi Teknik Industri



UIN SUSKA RIAU

Oleh :

**FAHRUL HUDA**  
**11452106033**

**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**PEKANBARU**  
**2021**

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LEMBAR PERSETUJUAN

### RE-DESIGN KEMASAN MIE SAGU DENGAN MENGUNAKAN METODE KANSEI ENGINEERING


#### TUGAS AKHIR

oleh:


**FAHRUL JUUDA**  
11452106033

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir  
di Pekanbaru, pada tanggal 02 Agustus 2021

Ketua Jurusan

  
**Dr. Fitra Lestari Nollitza, S.T., M.Eng**  
NIP. 19851606 201101 1 016

Pembimbing

  
**Muhammad Nur, S.T., M.Si.**  
NIP. 130517098

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**RE-DESIGN KEMASAN MIE SAGU DENGAN**  
**MENGGUNAKAN METODE KANSEI ENGINEERING**


**TUGAS AKHIR**

oleh :

**FAHRUL HUDA**  
**11452106033**

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji  
 Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik  
 Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
 di Pekanbaru, pada tanggal 02 Agustus 2021

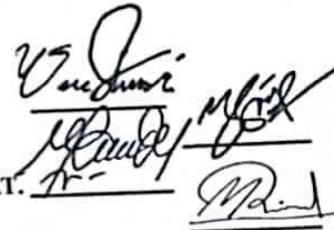
Pekanbaru, 02 Agustus 2021  
 Mengesahkan,

  
**Dekan**  
**Dr. Hartono, M.Pd**  
**NIP. 19640301 199203 1 003**

  
**Ketua Jurusan**  
**Dr. Fitra Lestari Nohirza, S.T., M.Eng**  
**NIP. 19850616 201101 1 016**

**DEWAN PENGUJI**

**Ketua : Vera Devani, S.T., M.Sc.**  
**Sekretaris : Muhammad Nur, S.T., M.Si.**  
**Anggota I : Muhammad Ihsan Hamdy, S.T., M.T.**  
**Anggota II : Muhammad Rizki, M.T., M.BA.**



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan Saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 2 Agustus 2021

**FAHRUL HUDA**  
**11452106033**

UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## LEMBAR PERSEMBAHAN



*Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Robbmulah hendaknya kamu berharap”.*

*(Q.S Al-Insyirah ayat: 7-8)*

*Segala puji dan syukur ku persembahkan bagi sang penggenggam langit dan bumi, dengan  
Rahmaan Rahiim yang menghampar melebihi luasnya angkasa raya. Dzat yang  
menganugerahkan kedamaian bagi jiwa-jiwa yang senantiasa merindu akan kemaha  
besarannya*

*Lantunan sholawat beriring salam penggugah hati dan jiwa, menjadi persembahan penuh  
kerinduan pada sang revolusioner Islam, pembangun peradaban manusia yang beradab  
Muhammad Shallallahu „Alaihi Wasallam.*

*Tetes peluh yang membasahi asa, ketakutan yang memberatkan langkah, tangis keputus asa  
yang sulit dibendung, dan kekecewaan yang pernah menghiasi hari-hari kini menjadi tangisan  
penuh kesyukuran dan kebahagiaan yang tumpah dalam sujud panjang. Alhamdulillah maha  
besar Allah, sembah sujud sedalam qalbu hamba haturkan atas karunia dan rizki yang  
melimpah, kebutuhan yang tercukupi, dan kehidupan yang layak.*

*Ku persembahkan.....*

*Ibunda tersayang dan Ayah Tercinta*

*Sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga ku persembahkan  
karya kecil ini kepada emak (Ahda Yuliati) dan ayahku (Al-Idrus), hanya doa yang bisa ku  
krim disetiap shalatku. Terima kasih kepada orang tua tercinta yang telah memberikan kasih  
sayang, dukungan, ridho dan cinta kasih yang tiada henti yang tidak mungkin dapat ku balas  
hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan Kata Persembahan. Semoga ini menjadi  
langkah awal untuk membuat mama dan ayah bahagia karena ku sadar, selama ini belum bisa*

*berbuat lebih. Terima*

*kasih mama..... Terima kasih ayah.....*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Kakak dan Adikku*

*Sebagai tanda terima kasih, Ku persembahkan karya kecil ini untuk kakak (Atiqah Rahma Syuhada, S.E) dan Adikku (Farhan Ajie Assyadiqi dan Al-Syhab Ramdani Arba). Terima kasih telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik yang sudah berikan bisa menjadikanku orang baik pula dan menjadi kebanggaan keluarga.*

*Pekanbaru, 02 Agustus 2021*

*Fahrul Huda*

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **Re-design Kemasan Mie Sagu dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering**

**Fahrul Huda**  
**11452106033**

Departemen Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam  
Sultan Syarif Kasim, Jl. HR. Soebrantas KM.18 No. 155 Simpang Baru, Panam,  
Pekanbaru, 28293  
Email: [fahrulhuda0909@gmail.com](mailto:fahrulhuda0909@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Kabupaten Meranti merupakan Kabupaten dengan daerah pertanian yang memiliki potensi besar untuk pengembangan perkebunan sagu dengan pengolahan mie sagu. Mie sagu tidak hanya dijual dalam bentuk eceran, namun juga dibuat olahan makanan khas yaitu mie sagu. Saat ini terdapat beberapa permasalahan pada kemasan mie sagu, salah satunya adalah desain kemasan yang kurang menarik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang ulang kemasan mie sagu berdasarkan orientasi perasaan konsumen menggunakan metode kansei engineering. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu spesifikasi kemasan yang sesuai dengan orientasi perasaan konsumen adalah kemasan yang terbuat dari plastik, berwarna terang, berbentuk lucu dan pengenalan daerah, serta kansei word terpilih adalah rapi, mudah dibuka, mudah ditutup, praktis, harga murah, mudah disusun, mudah disimpan, anti air, aman, sablon tahan lama dan informatif. Kata kunci: Kansei Engineering, Kemasan, Konsumen.

**Kata kunci:** Kansei Engineering, Kemasan, Konsumen



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Wr. Wb. Al-hamdulillahirobbil'alamin*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya dengan judul *"Re-design Kemasan Mie Sagu dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering"* sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana teknik di Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah banyak memberi petunjuk, bimbingan, dorongan dan bantuan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama pada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Bapak Dr. Hartono, M.Pd selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Bapak Dr. Fitra Lestari Norhiza, ST, M.Eng selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ibu Zarnelly, S.Kom., M.Sc selaku sekretaris Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Bapak Muhammad Nur, S.T., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.

Bapak Muhammad Ihsan Hamdy, S.T., M.T. selaku penguji I dan Bapak Muhammad Rizki, M.T., M.BA. penguji II yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini.

Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan Ilmu Pengetahuan bagi penulis selama masa perkuliahan.

Seluruh Pihak yang telah banyak memberi informasi dan membantu dalam mengumpulkan data-data yang penulis butuhkan

Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Bapak (Ismaluddin), Ibu (Satri), Abang (Rifki Yuliandra), Adik (Rayhan) dan seluruh keluarga besar penulis yang selama ini telah banyak berjasa memberikan dukungan moril dan materil serta do'a restu sehingga dapat menempuh pendidikan hingga S1 di Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

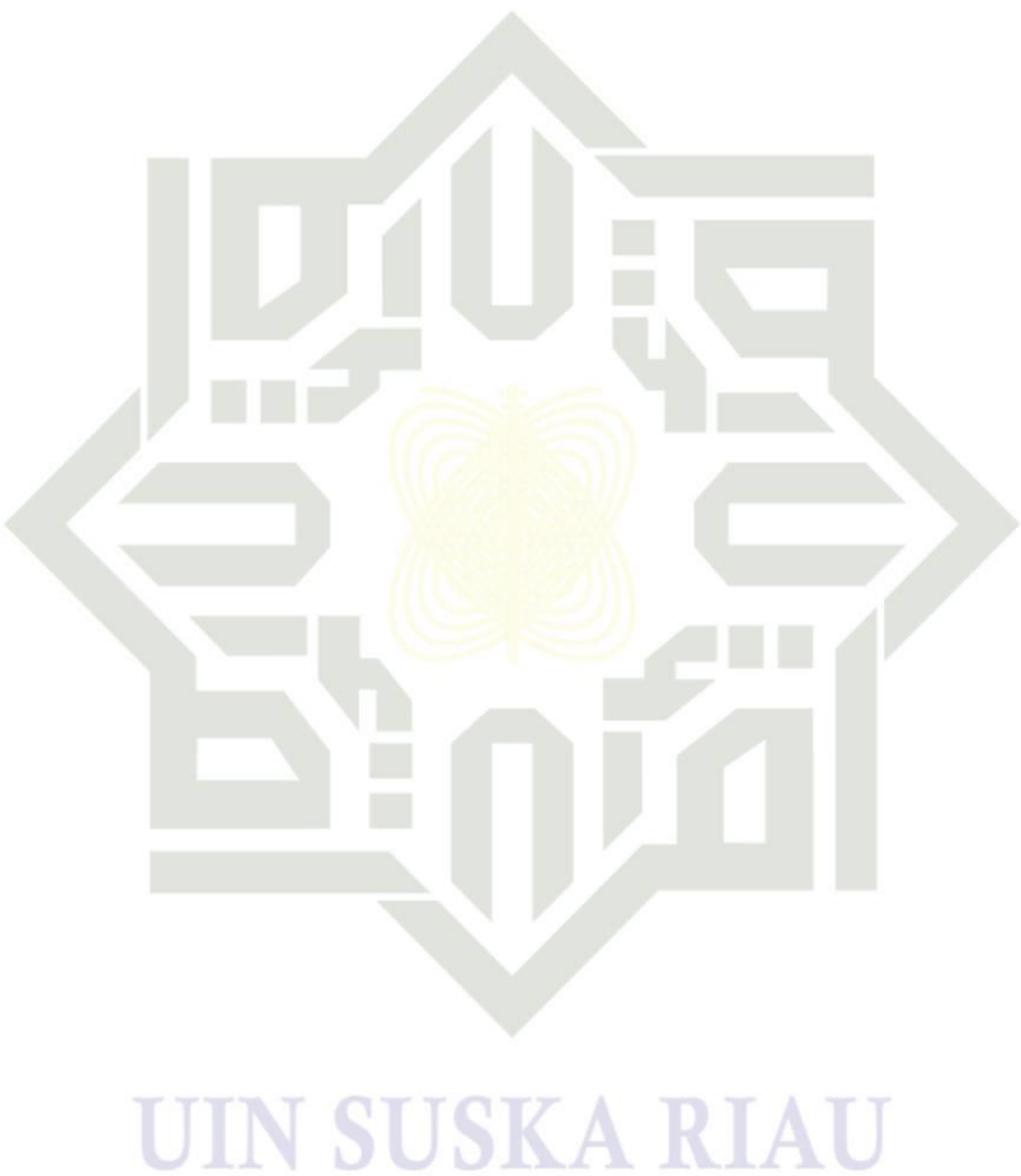
10. Sahabat-Sahabat Penulis dari Awal Perkuliahan yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
11. Rekan-rekan seperjuangan, Mahasiswa Teknik Industri UIN SUSKA Riau khususnya Angkatan 2014 lokal A yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan semangat serta dorongan kepada penulis.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan Laporan ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari laporan tugas akhir ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 02Agustus 2021

Penulis,  
(Fahrul Huda)



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR ISI

	Halaman
COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR RUMUS .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	
DAFTAR PUSTAKA.....	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah .....	7
1.6 Posisi Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Sejarah Kemasan.....	10
2.2 Pengertian Kemasan.....	11
2.2.1 Fungsi dan Peranan Kemasan .....	12

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.2 Faktor-faktor Kemasan .....	14
2.2.3 Tujuan Desain Kemasan .....	16
2.2.4 Struktur Kemasan .....	16
2.3 Perilaku Konsumen .....	18
2.3.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku .....	
2.4 Persepsi Konsumen .....	20
2.4.1. Karakteristik Stimuli yang Mempengaruhi Persepsi .....	21
2.4.2. Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi Persepsi .....	22
2.5 Sejarah <i>Kansei Engineering</i> .....	23
2.6 <i>Kansei Engineering</i> .....	23
2.6.1 Tipe-tipe <i>Kansei Engineering</i> .....	26
2.7 Penentuan .....	27
2.8 Teknik Sampling .....	28
2.9 Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	29
2.9.1 Uji Validitas .....	29
2.9.2 Uji Reabilitas .....	30
2.10 Uji Kecukupan Data .....	31
2.11 <i>Semantic Differential</i> (Diferensial Semantik) .....	32
2.12 Analisa Faktor .....	33
2.12.1 Uji Barlett .....	34
2.12.2 Uji KMO (Kaiser Mayer Olkin) .....	35
2.12.3 MSA ( <i>Measure of Sampling Adequacy</i> ) .....	36
2.13 <i>Orthogonal Array</i> .....	37
2.14 Analisa Konjoin .....	38
2.15 Consult Expert (Konsultasi Pakar) .....	38
2.16 Bahan, Alat dan Cara Pembuatan Mie sagu .....	39

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Studi Pendahuluan .....	42
3.2 Identifikasi Masalah .....	42

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3	Perumusan Masalah .....	42
3.4	Tujuan Penelitian.....	42
3.5	Penetapan Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian.....	43
3.6	Pengumpulan Data.....	43
3.7	Pengolahan Data.....	44
3.8	Pengujian Validitas.....	44
3.9	Pengujian Reliabilitas.....	44
3.10	Pengujian Kecukupan Data .....	45
3.11	Analisi Faktor .....	45
3.12	Analisa .....	45
3.13	Kesimpulan dan Saran .....	45

**BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

4.1.	Pengumpulan Data.....	47
4.1.1.	Pemilihan Responden Penelitian.....	47
4.1.2.	Pemilihan Responden Berdasarkan Umur .....	48
4.1.3.	Pemilihan Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	48
4.1.4.	Pemilihan Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.1.5.	Pemilihan Responden Berdasarkan Pembelian Produk.....	49
4.1.6	Identifikasi Kansei Word .....	49
4.1.6.1	Strukturisasi Kansei Word .....	49
4.1.7	Kansei Word .....	50
4.2.	Pengolahan Data.....	51
4.2.1.	Uji Validitas Kuisioner Tingkat Kepentingan.....	51
4.2.2.	Pengolahan Data Manual Reabilitas.....	62
4.2.3.	Penentuan Item dan Kategori.....	68
4.2.4.	Penentuan Kombinasi Stimuli.....	69
4.2.5.	Analisa Pentingnya Faktor .....	70
4.2.6.	Konsep Desain dan Spesifikasi .....	70

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2.7. Perancangan Kemasan.....	71
4.2.8. <i>Consult Expert</i> .....	71

## BAB V ANALISA

5.1. Analisa Pengumpulan Data .....	72
5.2. Analisa Identifikasi Kansei Word .....	72
5.3. Analisa Pengolahan Data.....	72
5.3.1 Analisa Pengujian Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Tingkat Kepentingan.....	72
5.3.2 Analisa Penentuan Item dan Kategori .....	73
5.3.3 Analisa Penentuan Kombinasi Stimuli .....	73
5.3.4 Analisa Pentingnya Faktor .....	73
5.3.5 Analisa Konsep Desain dan Spesifikasi .....	74
5.3.6 Analisa Perancangan Kemasan .....	74
5.3.7 <i>Consult Expert</i> .....	74

## BAB VI KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan.....	75
6.2. Saran.....	76

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Di larang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Mie Sagu .....	4
2.1 Proses Perseptual.....	20
2.2 Proses Kansei dan Panca Indera dalam Struktur Otak.....	24
2.3 Proses Semantic Differential for Kansei Word.....	25
2.4 Proses Kansei Engineering .....	27
2.5 Contoh Semantic Differential .....	52
3.1 FlowChat Metodologi Penelitian.....	40
4.1 Mie Sagu .....	71
4.2 Hasil Perancangan Kemasan Mie Sagu Tampak Depan dan Tampak belakang.....	72

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Produksi Sagu Kepulauan Meranti 2018.....	1
1.2 Hasil Pengamatan Kemasan Produk Mie Sagu.....	4
1.3 Posisi Penelitian.....	8
4.1 Pemilihan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.2 Tabel 4.2 Pemilihan Responden Berdasarkan Umur.....	48
4.3 Pemilihan Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	48
4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.5 Responden Berdasarkan Tujuan Membeli Produk.....	49
4.6 Strukturisasi <i>Kansei Word</i> .....	50
4.7 Hasil Pengidentifikasian <i>Kansei Word</i> .....	50
4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Kuisiner Tingkat Kepentingan.....	31
4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
4.10 Penentuan Item dan Kategori.....	68
4.11 Kombinasi Stimuli Desain.....	69
4.12 Nilai Analisa Pentingnya Faktor.....	70

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR RUMUS

Rumus	Halaman
2.1 Rumus Lemeshow.....	28
2.2 Rumus Uji Validitas.....	30
2.3 Rumus Uji Reabilitas .....	30
2.4 Rumus Uji Kecukupan Data .....	31
2.5 Rumus Uji Barlett.....	35
2.6 Rumus $\chi^2$ Hitung.....	35
2.7 Rumus Uji KMO (Kaiser Mayer Olkin).....	36
2.8 Rumus MSA ( <i>Measure of Sampling Adequacy</i> ).....	36



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kepedulian dunia terhadap ketersediaan pangan hal ini tentunya menjadikan satu negara harus ikut berperan dalam ketersediaan dan ketahanan pangan, salah satunya negara Indonesia yang kini memiliki satu daerah yang sudah diakui dunia yaitu di daerah Kepulauan Meranti dalam perbaikan pangan terutama disektor pangan pengolahan sagu, dalam beberapa tahun terakhir sagu menjadi populer sebagai bahan makanan, selain pengolahan yang dilakukan secara alami, sagu ini juga merupakan makanan yang diolah tanpa pengawet. Industri pangan sagu ini dari tahun ke tahun semakin berperan penting dalam pengembangan pangan Indonesia, sekaligus juga memberikan dampak dalam perekonomian keseluruhan. Perkembangan industri pangan sagu ini juga menunjukkan perkembangan yang cukup berarti. Hal ini ditandai dengan berkembangnya berbagai jenis industri yang mengolah bahan baku yang berasal dari sagu. Di buktikan dengan banyaknya jenis-jenis makanan olahan sagu yang bermunculan di pasaran saat ini yang meningkatkan geliat usaha oleh para pelaku usaha.

Provinsi Riau merupakan salah satu Provinsi yang telah mengalami pertumbuhan industri yaitu mie sagu, terutama didaerah Kepulauan Meranti, berikut data produksi sagu kabupaten Kepulauan Meranti:

Tabel 1.1 Produksi Sagu Kepulauan Meranti 2018

No	Kecamatan	Produksi (Ton)
1	Merbau	169,766
2	Rangsang	10,656
3	Rangsang Barat	-
4	Tebing Tinggi	233,625
5	Tebing Tinggi Barat	26,262
Jumlah Total		440,309

Sumber: (Wikipedia, 2020)

Pada Tabel 1.1 dijelaskan bahwa pertumbuhan industri pengolahan sagu yang ada pada Provinsi Riau terutama didaerah Kepulauan Meranti sangat pesat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bandingkan dengan jenis industri lainnya. Tentunya hal yang mendukung minat pasar yang tinggi terhadap produk makanan dipengaruhi oleh bergai jenis olahan sagu tersebut. Pengolahan sagu menjadi produk makanan, tentunya mempengaruhi minat pasar, rasa dari produk makanan dan juga dari pengemasan produk tersebut.

Pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Tujuan dari kemasan itu sendiri yaitu sebagai suatu benda yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan produk tertentu yang berada di dalamnya serta dapat memberikan citra tertentu pula untuk membujuk penggunanya. Secara fungsi wujudnya harus merupakan kemasan yang mudah dimengerti sebagai suatu yang mudah dibawa, melindungi dan mudah dibuka untuk benda maupun produk apapun. Hal yang terpenting, kemasan harus berhasil dalam uji kelayakan sebagai fungsi pengemas, dapatkah menjaga produknya secara keseluruhan, dapatkah menjaga untuk mengkondisikan produk tersebut dalam jangka waktu tertentu dan karena perpindahan tempat (Mu'alim, 2014).

Ada tiga alasan utama untuk melakukan pembungkusan atau pengemasan yaitu (Mu'alim, 2014):

Keamanan produk yang dipasarkan Kemasan dapat melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk -produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca.

Membedakan dengan produk pesaing Kemasan akan dapat melaksanakan fungsi pemasaran, melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing, kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya.

Meningkatkan penjualan

Kabupaten Kepulauan Meranti termasuk salah satu kawasan pengembangan ketahanan pangan nasional karena penghasil sagu terbesar di Indonesia. Luas area tanaman sagu di Kepulauan Meranti ( 44,657 Ha / 2006 )

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yaitu 2,98% luas tanaman sagu nasional. Perkebunan sagu di Meranti telah menjadi sumber penghasilan utama hampir 20% masyarakat Meranti. Tanaman sagu atau rumbia termasuk dalam jenis tanaman *palmae tropical* yang menghasilkan kanji (*starch*) dalam batang (*steam*). Sebatang pohan sagu siap panen dapat menghasilkan 180 – 400 kg tepung sagu kering. Tanaman sagu dewasa atau masak tebang (siap panen) berumur 8 sampai 12 tahun atau setinggi 3 – 5 meter. (Jong Foh Soon, Ph.D, PT National Timber Forest product) Produksi sagu (Tepung Sagu) di Kepulauan Meranti pertahun mencapai 440.339 Ton (tahun 2006). Produktivitas lahan tanaman sagu per tahun (kondisi eksisting) dalam menghasilkan tepung sagu di Kepulauan Meranti mencapai 9,89 Ton/Ha. Pada tahun 2006 di Kepulauan Meranti 440.000 ton lebih tepung sagu dihasilkan dari pabrik pengolahan sagu (kilang sagu). Tak didapat data pasti mengenai jumlah kilang dan kapasitas kilang pengolahan, namun diperkirakan terdapat 50 kilang sagu dengan menggunakan teknologi semi mekanis dan masih memanfaatkan sinar matahari untuk pengeringan (penjemuran). Terdapat dua kilang sagu yang telah beroperasi dan memproses sagu secara modern dengan kapasitas desain 6.000 dan 10.000 Ton tepung sagu kering per tahun. (Wikipedia, 2020)

Oleh sebab itu pengolahan sagu harus diperhatikan dari bentuk kemasan harus dan harus dibuat menarik dan unik, dengan demikian agar dapat memikat dan menarik perhatian konsumen. Sama halnya dengan kemasan yang disajikan oleh produk olahan sagu khas Kepulauan Meranti, yang cenderung menampilkan sisi tradisional dari makanan tersebut. Produksi makanan tradisional olahan khas Meranti saat ini sedang dalam tahap perkembangan dalam aspek pemasaran, contohnya adalah Mie sagu yang merupakan salah satu makanan khas Provinsi Riau yang berasal dari Kabupaten Meranti. Saat ini, Mie sagu dan olahan sagu lainnya telah membuktikan bahwa makanan khas Meranti ini sangat digemari oleh pelancong-pelancong lokal maupun Internasional.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1.1 Mie sagu

Dari gambar 1.1 dapat dilihat kemasan yang beredar dipasaran saat ini menunjukan sisi tradisonal dari produk itu sendiri seperti halnya produk makanan Mie sagu tersebut. Berdasarkan Tabel 1.1 dibawah ini adalah hasil pengamatan UKM pembuatan mie sagu yang terdapat di Desa Semukut, didapatkan hasil observasi langsung mengenai kelebihan dan kekurangan penggunaan kemasan yang digunakan oleh pihak UKM saat ini:

Tabel 1.2 Hasil Pengamatan Kemasan Produk Mie Sagu

No	Kelebihan Kemasan	Kekurangan Kemasan
1	Untuk membungkus kemasan hanya cukup dilem menggunakan api	Produk sering rusak, karena lem perekat tidak kuat Produk sering rusak karena berjamur
2	Pembungkusan tidak perlu memakai mesin atau alat yang canggih	Plastik yang digunakan susah terurai Produk sering terpapar debu Produk tidak higienis
		Belum ada tanggal kadaluarsa Belum ada kandungan gizi

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3	Harga plasti kemasan sangat murah	Belum ada label halal resmi Logo produsen belum jelas Gambar pada sablon kurang menarik seperti kuno dan norak
---	-----------------------------------	--

Berdasarkan Tabel 1.2 diketahui masih banyak kekurangan dari kemasan saat ini. Hal ini dibuktikan dengan hasil observasi terhadap UKM Mie sagu yang terdapat pada Desa Semukut Kecamatan Pulau Merbau, Kabupaten Kepulauan Meranti. Kekurangan kemasan saat ini dipaparkan oleh pemilik usaha dan observasi secara langsung. Kekurangan kemasan saat ini merujuk pada tampilan fisik kemasan itu sendiri yang belum bisa menjelaskan identitas produk tersebut, menjaga produk dengan baik dan belum bisa menjelaskan informasi dari produk tersebut. Hal ini tentunya harus diperhatikan oleh pemilik usaha Mie sagu, karena salah satu daya tarik konsumen untuk membeli produk adalah dari segi kemasan

Para konsumen cenderung memiliki keinginan akan pemenuhan kebutuhan yang tidak ada habisnya sesuai dengan pilihan, keinginan dan kenyamanan mereka. Sangat menguntungkan bagi suatu usaha dalam hal ini UKM mie sagu ketika dapat menangkap pikiran konsumen terhadap suatu produk guna memberikan citra yang cocok dengan apa yang diinginkan konsumen. Maka sebuah usaha harus diubah menjadi sistem *costumers oriented* dimana hal tersebut telah disinggung guna memenuhi keinginan konsumen akan produk yang memiliki daya tarik. Daya tarik disini selain dari produk tentunya adalah dari kemasan yang menyelimuti produk sehingga memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen. Kemasan yang baik memiliki kekuatan yang dapat memberikan *brand image* akan suatu produk. Ditinjau dari hal-hal tersebut, tentunya konsumen ketika membeli mie sagu, hal pertama yang mereka lihat adalah kemasan dari mie sagu itu sendiri yang memiliki *impact* yang besar akan keinginan konsumen untuk membeli mie sagu.

Situasi tersebut harusnya memberikan pandangan baru dimana UKM mie sagu harus memperhatikan “Human Kansei” seperti perasaan, citra, dan keinginan konsumen guna menerjemahkan informasi menjadi sebuah desain yang tepat guna dalam suatu pengembangan produk baru dan memberikan *brand image* positif

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bagi produk terkait. Bentuk konkrit mengenai ide ini telah dikembangkan dalam *Kansei Engineering*

*Kansei Engineering* adalah metode yang menterjemahkan perasaan dan citra (*image*) pelanggan tentang suatu produk kedalam elemen-elemen desain atau dengan bahasa lain pengembangan produk dengan berbasis pada keinginan dan kebutuhan pelanggan. Berdasarkan permasalahan diatas dapat dilakukan pengembangan kemasan mie sagu dengan metode *Kansei Engineering*.

Penggunaan metode *Kansei Engineering* ini merupakan suatu cara atau metode yang sesuai untuk mengembangkan sebuah produk maupun desain produk. Karena, metode *kansei* ini mempermudah perancang untuk mengumpulkan kebutuhan konsumen berdasarkan orientasi perasaan atau psikologis konsumen. Produk *kansei* bukan merupakan produk yang mahal dan berkelas tinggi. Produk *kansei* juga tidak merepresentasikan produk yang menekankan terlihat bagus, penampilan, ataupun gaya. Produk *kansei* merupakan produk yang dapat mengaktualisasikan fungsi dan bentuk berdasarkan kebutuhan dan emosi konsumen (Nagamachi, 2003 dikutip oleh Setiawan, 2012).

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana merancang ulang desain kemasan mie sagu berdasarkan orientasi perasaan konsumen terhadap kemasan mie sagu dengan menggunakan metode *Kansei Engineering*”.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk merancang ulang desain kemasan mie sagu berdasarkan orientasi perasaan konsumen terhadap kemasan mie sagu dengan menggunakan metode *Kansei Engineering*.

### 1.4 Manfaat Penelitian



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, adapun manfaat dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi UKM mie sagu dalam penelitian ini diharapkan UKM mie sagu khususnya yang terdapat di Desa Semukut dapat menerima usulan perancangan ulang kemasan mie sagu yang dihasilkan, guna membantu UKM dalam memasarkan produk mie sagu kepada konsumen, sehingga akan meningkatkan penjualan mie sagu.
2. Bagi Peneliti Pada penelitian ini diharapkan menambah wawasan serta pengetahuan tentang pengembangan produk dalam hal ini adalah kemasan produk dengan menggunakan metode *Kansei Engineering*.

**1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden yang digunakan adalah pemilik UKM mie sagu,.
2. Elemen desain yang digunakan dalam perancangan kemasan mie sagu adalah warna, desain, material fisik dan nilai tradisional.
3. Pengolahan data menggunakan Software SPSS *Statistic* 17.0 dan Software Photo Shop

**1.6 Posisi Penelitian**

Berikut adalah posisi penelitian untuk mengetahui posisi penelitian berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelum



Tabel 1.3 Posisi Penelitian

No	Nama Peneliti	Judul	Objek Penelitian
1	Nurfathia Rahmayani Yuniar Arie Desrianty (2015)	Rancangan Kemasan Bedak Tabur ( <i>LOOSE POWDER</i> ) Dengan Menggunakan Metode <i>Kansei Engineering</i>	Kemasan Bedak Tabur ( <i>LOOSE POWDER</i> )
2	Mu'alim-Rachmad Hidayat (2014)	<i>Re-Design</i> Kemasan Kacang Kedelai dengan Metode <i>Kansei Engineering</i>	Kemasan Kacang Kedelai
3	Toto Indra Setiawan (2012)	Pengembangan Produk Pakaian Batik Untuk Wanita Berdasarkan Preferensi Pelanggan Menggunakan Metode <i>Kansei</i>	Pakaian Batik
4	Farouq Dafi (2016)	<i>Re-Design</i> Kemasan Keripik Nenas dengan Menggunakan Metode <i>Kansei Engineering</i>	Kemasan Keripik Nenas
5	Fahrul Huda (2021)	<i>Re-Design</i> Kemasan mie sagu dengan Menggunakan Metode <i>Kansei Engineering</i>	Kemasan Mie Sagu

Sumber: (pengolahan data 2020)

## Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB II**

Pada bab ini berisikan latar belakang suatu permasalahan dalam penelitian yang dilakukan serta tujuan, manfaat dan batasan pada penelitian yang dilakukan.

**LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menerangkan teori-teori yang menunjang atau dasar yang digunakan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun terori-teori yang didapatkan bersumberkan dari jurnal,buku,dan media lainnya yang dapat membantu secara teoritis dari penelitian perancangan ulang kemasan keripik nenas menggunakan metode *kansei engineering*.

**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang metode yang digunakan dalam penelitian, terdiri dari obyek penelitian, metode pengumpulan data dan metode Analisa data.

**BAB IV**

**PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini menjelaskan secara sistematis langkah-langkah semua yang digunakan dalam proses pengumpulan data-data dan teknis pengolahan data untuk menyelesaikan permasalahan.

**BAB V**

**ANALISA**

Bab ini berisikan analisis dan pembahasan mengenai pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan pada bab sebelumnya.

**BAB VI**

**PENUTUP**

Berisi kesimpulan dari serangkaian pembahasan penelitian yang dilakukan serta saran-saran membangun yang perlu disampaikan dalam penelitian yang dilakukan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## BAB II LANDASAN TEORI

### 2.1 Sejarah Kemasan

Kemasan telah ada sejak jaman manusia purba, dimana sebelum adanya teknologi pembuat kemasan pada saat itu orang-orang menggunakan bahan-bahan sederhana, seperti dedaunan, kulit binatang, keranjang yang dibuat dari rumput yang didapatkan dari alam. Orang-orang Indonesia pada jaman dulu sering menggunakan bambu sebagai wadah untuk menyimpan segala sesuatunya. Seiring dengan berjalannya waktu menjeang abad pertengahan, kemasan yang dipakai mulai berkembang, orang-orang mulai menggunakan bahan-bahan dari kain, kayu, keramik, kulit, dan kaca sebagai alat untuk mewadahi. Contohnya pada 8000 tahun yang lalu masyarakat China menggunakan keramik sebagai alat untuk mewadahi benda-benda yang ada (Wijaya, 2016).

Sejarah desain kemasan berkaitan erat dengan setiap aspek perubahan budaya manusia, perkembangan teknologi, material produksi serta kondisi masyarakat dan konsumen yang terus berubah mengakibatkan peningkatan perlunya sebuah kemasan yang melindungi, menyimpan dan mengirim barang. Desain kemasan menjadi sarana untuk mengkomunikasikan isi produk secara visual. Perspektif sejarah yang padat berikut ini akan mengeksplorasi bagaimana perkembangan peradaban, peningkatan persaingan, penemuan-penemuan manusia, penemuan teknologi dan berbagai kejadian global membantu memfasilitasi kelahiran dan evolusi desain kemasan (Klimchuk, 2007).

Dengan semakin berkembangnya jaman, kemasan mulai berkembang dan lebih diperhatikan oleh masyarakat dalam memilih dan mengambil keputusan dalam membeli sebuah produk. Tidak seperti jaman dahulu dimana masyarakat tidak begitu memperhatikan tampilan dari kemasan, dikarenakan kurangnya pengetahuan akan kemasan dan juga sedikitnya persaingan antara produk, sehingga kemasan hanya digunakan untuk melindungi sebuah benda atau barang agar tidak mudah rusak atau dapat tahan lama. Berbeda dengan jaman sekarang dimana persaingan dalam dunia usaha yang semakin tajam dari kalangan produsen



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang menyebabkan kemasan tidak hanya sebagai pelindung produk, melainkan juga harus dapat menarik perhatian konsumen, sehingga kemasan tersebut dapat menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk memilihnya dalam membeli (Wijaya, 2016)

Kemasan yang baik adalah kemasan yang memiliki faktor pengaman yang tidak dapat menyebabkan rusaknya produk dan juga harus dapat menarik perhatian para konsumen. Tampilan kemasan yang sekarang menjadi hal penting ini menyebabkan para produsen mulai memperhatikan dan menonjolkan kemasan yang akan dipakai. Dengan membuat kemasan menjadi semenarik mungkin sehingga dapat mencuri perhatian para konsumen, mulai dari penggunaan warnawarna yang mencolok, bentuk yang unik, bahan, serta ukuran. Bahkan beberapa dari produsen ada yang berani untuk membuat kemasan yang sangat unik dan berbeda dengan yang lainnya, tanpa ada sesuatu pesan yang ingin disampaikan. Hal tersebut dikarenakan persaingan sekarang ini menjadi sangat sengit dengan adanya kemunculan supermarket maupun toko-toko, dimana produk yang sejenis dijual berdampingan pada rak yang sama, dari hal tersebut membuat konsumen dapat membedakan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya (Wijaya, 2016).

## 2.2 Pengertian Kemasan

Desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Desain suatu kemasan berfungsi sebagai alat membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk di pasar. Pada akhirnya desain kemasan berpengaruh dalam pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik (Klimchuk, 2007).

Melalui sebuah metode desain yang komperhensif, desain kemasan menggunakan banyak sarana untuk menangani beberapa masalah dalam pemasaran. Brainstorming, eksplorasi, eksperimen, dan pemikiran strategis adalah beberapa cara dasar dimana informasi visual dan verbal menjadi suatu



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsep, ide atau strategi desain. Melalui suatu strategi desain produk yang disusun dengan efektif, informasi produk disampaikan kepada konsumen. Dari pengertian asal kata yakni desain dan kemasan dapat kita tarik suatu kesimpulan bahwa desain kemasan merupakan suatu rancangan atas kemasan pada suatu produk tertentu yang dilakukan sebagai upaya peningkatan dan syarat produksi yang mendukung pemasaran suatu produk (Klimchuk, 2007).

### 2.2.1 Fungsi dan Peranan Kemasan

Pada dasarnya, sebuah kemasan memiliki peranan awal dan utama sebagai perlindungan kepada produk yang dikemasnya. Hal ini harus selalu diperhitungkan, terutama ketika menyangkut kemasan untuk produk makanan. Menurut Practical Action, kemasan (terutama kemasan makanan) baiknya mampu memberikan perlindungan bagi produknya selama proses pemajangan maupun distribusi ke konsumen. Dikatakan bahwa kemasan seharusnya mampu menjaga produknya dari faktor-faktor, seperti kontaminasi (agar produk tetap terjaga ke higienisannya), kerusakan ketika dibawa dan didistribusikan serta unsur-unsur lain, seperti cuaca, panas, dan air. Selain fungsi perlindungan ini, ditambahkan pula fungsi kemasan sebagai pemberi identifikasi dan informasi terkait dengan produknya (Wijaya, 2016).

Fungsi paling mendasar dari kemasan adalah untuk mewadahi dan melindungi produk dari kerusakan-kerusakan, sehingga lebih mudah disimpan, diangkut dan dipasarkan. Secara umum fungsi pengemasan pada bahan pangan adalah (Wijaya, 2016):

- Mewadahi produk selama distribusi dari produsen hingga ke konsumen, agar produk tidak tercecer, terutama untuk cairan, pasta atau butiran.
- Melindungi, mengawetkan produk, seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, oksigen, benturan, kontaminasi dari kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk.
- Sebagai identitas produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui label yang terdapat pada kemasan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4 Meningkatkan efisiensi, misalnya memudahkan penghitungan memudahkan pengiriman dan penyimpanan. Hal ini penting dalam dunia perdagangan.

Melindungi pengaruh buruk dari luar, Melindungi pengaruh buruk dari produk di dalamnya, misalnya jika produk yang dikemas berupa produk yang berbau tajam, atau produk berbahaya seperti air keras, gas beracun dan produk yang dapat menularkan warna, maka dengan mengemas produk ini dapat melindungi produk-produk lain di sekitarnya.

Memperluas pemakaian dan pemasaran produk, misalnya penjualan kecap dan sirup mengalami peningkatan sebagai akibat dari penggunaan kemasan botol plastik.

Menambah daya tarik calon pembeli.

8. Sarana informasi dan iklan

9. Memberi kenyamanan bagi pemakai.

Fungsi ke-6, 7 dan 8 merupakan fungsi tambahan dari kemasan, akan tetapi dengan semakin meningkatnya persaingan dalam industri pangan, fungsi tambahan ini justru lebih ditonjolkan, sehingga penampilan kemasan harus betulbetul menarik bagi calon pembeli, dengan cara membuat (Wijaya, 2016):

1. Cetakan yang multi warna dan mengkilat sehingga menarik dan berkesan mewah

Dapat mengesankan berisi produk yang bermutu dan mahal

Desain teknik dari wadahnya memudahkan pemakai

4 Desain teknik wadahnya selalu mengikuti teknik mutahir sehingga produk yang dikemasnya terkesan mengikuti perkembangan terakhir.

Di samping fungsi-fungsi di atas, kemasan juga mempunyai peranan penting dalam industri pangan, yaitu (Wijaya, 2016):

Pengenal jati diri atau identitas produk, membedakan dengan produk yang lain.

Penghias produk, menambah nilai estetika produk

Piranti monitor, penampil visual, keterangan produk, dan sebagainya bagi konsumen

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media promosi, menampilkan tambahan nilai estetika sehingga dapat meningkatkan promosi produk secara tidak langsung

Media penyuluhan atau petunjuk cara penggunaan dan manfaat produk yang ada di dalamnya

Bagi pemerintah kemasan dapat digunakan sebagai usaha perlindungan konsumen.

Bagi konsumen kemasan dapat digunakan sebagai sebuah sumber informasi tentang isi atau produk, dan ini diperlukan dalam mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut atau tidak (Wijaya, 2016).

**2.2.2 Faktor-Faktor Kemasan**

Dalam membuat sebuah kemasan harus ada pertimbangan tentang kemasan tersebut, seperti apakah kemasan tersebut sudah menjalankan fungsi dan peranannya atau masih membutuhkan pembenahan. Pertimbangan-pertimbangan tersebut ke dalam beberapa faktor antara lain sebagai berikut (Wijaya, 2016):

1. Faktor Pengamanan Pada dasarnya, kemasan memiliki fungsi awal, yakni untuk melindungi dan mengamankan produknya dari kerusakan. Faktor-faktor perusak itu antara lain cuaca, kelembapan, jatuh, kuman, dan faktor lainnya. Nyatanya, dewasa ini, banyak produk sehari-hari yang tidak dapat bertahan tanpa proteksi dari kemasan yang dimilikinya.

Faktor Ekonomi Biaya produksi yang dihabiskan dalam pembuatan kemasan sedikit banyak akan berpengaruh pada harga akhir produk bersangkutan. Oleh daripada itu, dibutuhkan perhitungan biaya produksi, misalnya dari pemilihan bahan dan bentuk, agar biaya produksi kemasan tidak melebihi manfaatnya.

Faktor Pendistribusian Sebuah kemasan baiknya dapat dengan mudah didistribusikan ke segala pihak atau lokasi, dari produsen ke distributor ataupun ke konsumen. Segi penyimpanan dan pemajangan juga harus diperhatikan, terutama ketika berurusan dengan distributor. Oleh dari pada itu, perancangam bentuk dan ukuran kemasan harus selalu diperhatikan, agar dapat memudahkan proses ini.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Faktor Komunikasi Sebuah kemasan yang baik hendaknya dapat mengkomunikasikan, menampilkan citra merek dan produknya. Selain itu, kemasan sebaiknya juga dapat menyajikan informasi yang mudah dilihat, dipahami, dan diingat.

5. Faktor Ergonomi Faktor ergonomi berkaitan dengan kenyamanan, dalam artian sebuah kemasan baiknya mudah dipegang dan dibawa, dibuka, serta mudah diambil. Hal ini sangat mempengaruhi bentuk dari kemasan sendiri. Misalnya saja galon air Cleo yang diberi pegangan, untuk memudahkan ketika dibawa dan diangkat.

6. Faktor Estetika Selain faktor-faktor di atas, keindahan tentunya ikut mengambil tempat dalam menampilkan daya tarik sebuah produk. Hal ini nampak dalam pemilihan warna, bentuk, maupun peletakkan elemen-elemen grafis lainnya.

7. Faktor Identitas Dengan adanya identitas kemasan yang jelas, produk akan lebih mudah untuk dikenali dan dibedakan dari Kompetitor-kompetitornya. Namun kemudian dengan bertambahnya waktu, pemikiran manusia pun semakin berkembang. Hal ini yang kemudian ditambahkan oleh Cenadi dalam tulisannya yang bertajuk Peranan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran. Faktor-faktor tersebut di antaranya adalah sebagai berikut

8. Faktor Promosi Kemasan memiliki sifat atau fungsi sebagai salesman diam. Sebagai bagian produk yang dilihat oleh konsumen pertama kali, kemasan bergerak sebagai iklan 5 detik yang berusaha menampilkan informasi yang bertujuan sebagai promosi dari produk itu sendiri.

9. Faktor Lingkungan Dengan berkembangnya zaman, mulai muncul permasalahan-permasalahan baru di dunia, salah satunya adalah masalah polusi. Tren yang terjadi dewasa ini adalah penggunaan bahan-bahan yang ramah lingkungan, dapat didaur ulang, atau dapat digunakan ulang.

### 2.2.3 Tujuan Desain Kemasan

Tujuan desain kemasan dibatasi oleh latar belakang pemasaran yang relevan dan tujuan strategis untuk sebuah merek. Idealnya, tenaga pemasaran atau produsen menyediakan informasi dan point-point yang spesifik dan detail untuk



## 2.2.4 Struktur Kemasan

1. Menampilkan atribut unik sebuah produk.
2. Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk.
3. Mempertahankan keseragaman dalam kesatuan merek produk.
4. Memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk.
5. Mengembangkan bentuk kemasan berbeda yang sesuai dengan kategori.
6. Menggunakan material baru dan mengembangkan struktur inovatif untuk mengurangi biaya, lebih ramah terhadap lingkungan atau meningkatkan fungsionalitas.

Pemanfaatan warna dalam kemasan Warna memiliki kemampuan untuk mengkomunikasikan banyak hal pada para pembeli prospektif, termasuk kualitas, rasa, serta kemampuan produk untuk memuaskan beragam

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebutuhan psikologis. Strategi pemanfaatan warna dalam kemasan cukup efektif karena warna mempengaruhi orang secara emosional.

Desain dan bentuk petunjuk dalam kemasan Desain merujuk pada pengorganisasian berbagai elemen dalam kemasan. Desain kemasan yang efektif adalah salah satu yang memungkinkan harus mata yang sehat dan menyediakan poin fokus pada konsumen. Para desainer kemasan menyertakan beragam elem bersama-sama dalam satu kemasan untuk membantu mendefenisikan citra merek. Berbagai elemen tersebut termasuk sebagai tambahan bagi warna bentuk, ukuran dan desain label.

Ukuran kemasan Banyak kategori produk tersedia dalam beberapa ukuran produk. Minuman ringan contohnya, dihadirkan dalam ukuran botol 8 dan 12 ons, kemasan satu atau 2 liter, serta dalam unit kemasan berisi 12 dan 24 botol. Para produsen menawarkan wadah yang berbeda ukuran untuk memuaskan kebutuhan yang unik dari beragam segmen pasar.

4. Material fisik dalam kemasan Pertimbangan penting lainnya adalah material yang menghiasi sebuah kemasan. Material kemasan bisa membangkitkan emosi konsumen, khususnya emosi bawah sadar. Berbagai kemasan dikonstruksi dari bahan metal yang menimbulkan perasaan kuat, tahan lama dan dingin.

Informasi produk kemasan Informasi produk bisa hadir dalam beberapa bentuk. Dalam suatu pengertian, seluruh komponen kemasan sebelumnya (seperti desain dan warna) memberi informasi kepada konsumen atau membawa makna tentang apa yang tersirat dalam kemasan. Namun, saat digunakan dalam pengertian yang lebih terbatas, informasi produk merujuk kata-kata kunci pada kemasan, informasi pada panel atau permukaan dibagian belakang, bahan-bahan, peringatan, gambargambar serta ilustrasi.

#### Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. The American

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen yaitu interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka (Setiadi, 2003).

### 3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah sebagai berikut (Setiadi, 2003):

#### Faktor kebudayaan

##### a. Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang.

##### b. Sub-Budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya – sub-budayanya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub-budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras dan area geografis.

##### c. Kelas sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa.

#### Faktor sosial

##### a. Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

##### b. Peran dan status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya, baik dalam keluarga, klub dan organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 3. Faktor pribadi

- a. Umur dan tahapan dalam siklus hidup Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga.
- b. Pekerjaan  
Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk atau jasa tertentu.
- c. Keadaan ekonomi  
Keadaan ekonomi terdiri dari pendapatan yang dibelanjakan, tabungan dan hartanya dan kemampuan untuk meminjam serta sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

#### 4. Faktor psikologis

Faktor psikologis meliputi faktor dari segi motivasi dan persepsi konsumen. Motivasi adalah beberapa kebutuhan yang bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, rasa haus dan lain sebagainya. Sedangkan kebutuhan-kebutuhan lain bersifat psikogenik yaitu keadaan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

#### 2.4 Persepsi Konsumen

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi dapat didefinisikan juga sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita terhadap stimuli dasar seperti pencahayaan, warna dan suara. Dengan adanya itu semua maka akan timbul persepsi. Pengertian dari persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasikan dan diinterpretasikan (Setiadi, 2003).

Menurut William J. Stanton, persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (rangsangan rangsangan) yang kita terima melalui lima indera. Sedangkan menurut Webster

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

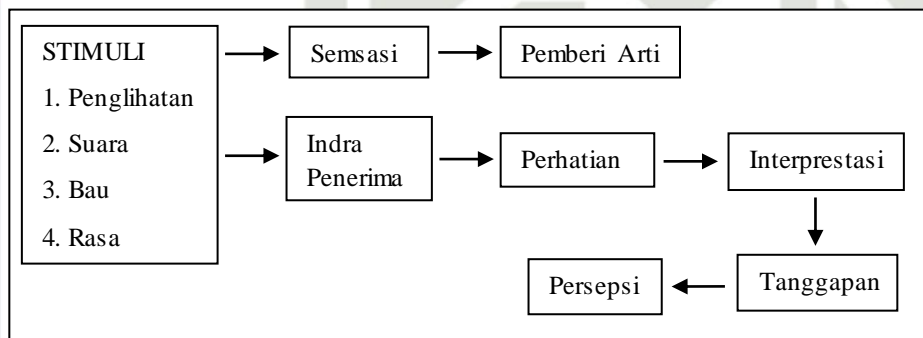
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(2003) persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan. Persepsi dibentuk oleh tiga pasang pengaruh, antara lain adalah sebagai berikut (Setiadi, 2003):

1. Karakteristik dari stimuli.
2. Hubungan stimuli dengan sekelilingnya.
3. Kondisi-kondisi didalam diri kita sendiri.

Stimuli itu sendiri adalah setiap bentuk fisik, visual atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Dapat dilihat dari Gambar 2.1 yang menggambarkan proses perseptual seorang konsumen terhadap suatu objek.

Proses perseptual:



Gambar 2.1 Proses Perseptual

(Sumber: Setiadi, 2003) II-12

### 2.4.1 Karakteristik Stimuli yang Mempengaruhi Persepsi

Karakteristik-karakteristik stimuli dibagi kedalam dua kelompok, yaitu elemen inderawi (sensory element) seperti bau, rasa suara, penglihatan dan pendengaran. Kelompok kedua yaitu elemen stuktural (stuctural element) seperti bentuk, ukuran dan posisi (Setiadi, 2003):

#### *Sensory Element*

Faktor-faktor sensory mempengaruhi bagaimana suatu produk dirasakan dan hal ini sangat penting dalam desain produk. Adapun faktor-faktor sensory adalah sebagai berikut:

##### a. Warna

Tanggapan yang berbeda atas penggunaan suatu warna sebuah kemasan memungkinkan produsen memperhatikan pilihan warna kemasan produk

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sedemikian rupa agar seorang konsumen mempunyai persepsi yang baik terhadap produk itu.

#### b. Bau

Bau suatu produk turut menentukan persepsi konsumen terhadap produk tersebut.

#### c. Rasa

Rasa akan mempengaruhi persepsi suatu objek

#### Faktor Stuktural

Sejumlah penelitian menunjukkan faktor-faktor stuktural dari sebuah iklan mempengaruhi persepsi konsumen. Beberapa hasil penelitian yang dikutip Assael (1992) yang menunjukan hal tersebut sebagai berikut:

#### a. Ukuran

Ukuran iklan cetak lebih besar, lebih memungkinkan sebuah iklan untuk diperhatikan

#### b. Warna

Warna dalam sebuah iklan yang telah diteliti sebagai faktor sruktural. Secara umum, iklan yang lebih berwarna lebih menarik perhatian konsumen dari pada iklan yang tidak hitam putih.

#### c. Kontras

Kontras memungkinkan untuk mendapatkan perhatian dari konsumen.

### 2.4.2 Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi seorang konsumen atas berbagai stimulus yang yang diterimanya dipengaruhi oleh karakteristik yang dimilikinya. Beberapa karakteristik konsumen yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut (Setiadi, 2003):

#### Membedakan stimulus

Pada kenyataannya, terdapat banyak konsumen yang bisa membedakan merek produk berdasarkan rasa. Tapi terdapat juga konsumen yang agak sulit membedakan merek berdasarkan rasa atau bau serta penampilan dari produk tersebut.

Tingkat ambang batas (*Threshold Level*)



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kemampuan konsumen untuk mendeteksi perbedaan dalam suara, cahaya, bau atau stimuli yang lainnya, ditentukan oleh tingkat ambang batasnya (*threshold level*). Ada dua jenis *threshold level* yaitu *absolute threshold* yaitu merupakan jumlah rangsangan minimum yang dapat dideteksi oleh chanel inderawi. Sedangkan *differential threshold* merupakan kemampuan sistem inderawi untuk mendeteksi atau membedakan antara dua stimuli. Berbeda dengan *absolute threshold*, *differential threshold* menentukan tingkat ambang batas dua stimuli yang bisa ditangkap oleh konsumen.

#### Interpretasi perseptual

Proses akhir dari presepsi adalah memberikan interpretasi atas stimuli yang diterima oleh konsumen. Di setiap stimuli yang menarik perhatian konsumen baik disadari atau tidak disadari, akan diinterpretasikan oleh konsumen. Dalam proses intrepretasi konsumen membuka kembali berbagai informasi dalam memory yang telah tersimpan dalam waktu yang lama yang berhubungan dengan stimulus yang diterima. Informasi dalam log term memory akan membentuk konsumen untuk menginterpretasikan stimulus yang diterima.

### 2.5 Sejarah Kansei Engineering

Pada tahun 1970, Nagamachi mengunjungi perusahaan manufaktur secara teratur. Nagamachi melihat bahwa semakin banyak orang yang terdorong untuk melakukan pembelian karena ekonomi yang sehat. Kemudian, Nagamachi meramalkan bahwa orang akan berhenti membeli ketika lemari mereka terlalu penuh. Jika kondisi ini terjadi, maka orang akan membeli produk yang berkualitas bagus. Kemudian, Nagamachi berpikir bahwa produk yang merepresentasikan perasaan dan emosi orang yang akan dibeli oleh konsumen. Jadi era kansei dimulai pada tahun 1970 dengan diadakannya penelitian kansei engineering (Nagamachi, 2003 dikutip oleh Setiawan, 2012).

### 2.6 Kansei Engineering

*Kansei Engineering* dikembangkan oleh Nagamchi sebagai teknologi berointasi perasaan konsumen untuk mengembangkan produk baru yang

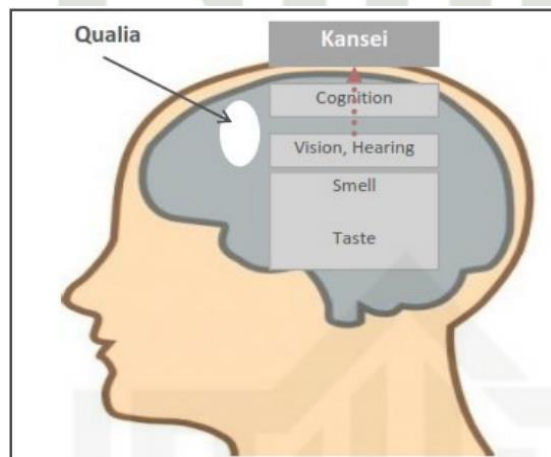
#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ergonomis. Kansei adalah kata dalam bahasa Jepang yang berarti perasaan dari gambar psikologis konsumen mengenai produk baru. Ketika konsumen ingin membeli sesuatu, ia memiliki citra sebagai mewah, geous, gor dan kuat. Teknologi Kansei Engineering yaitu suatu teknologi yang menterjemahkan perasaan konsumen dari elemen desain produk (Nagamachi, 1995).

*Kansei Engineering* adalah metode yang menterjemahkan perasaan dan citra (*image*) pelanggan tentang suatu produk kedalam elemen-elemen desain atau dengan bahasa lain pengembangan produk dengan berbasis pada keinginan dan kebutuhan pelanggan. Produk kansei bukan merupakan produk yang mahal dan berkelas tinggi. Produk kansei juga tidak merepresentasikan produk yang menekankan terlihat bagus, penampilan, ataupun gaya. Produk kansei merupakan produk yang dapat mengaktualisasikan fungsi dan bentuk berdasarkan kebutuhan dan emosi konsumen (Nagamachi, 2003 dikutip oleh Setiawan, 2012).

Harada (1998) menjelaskan Kansei sebagai fungsi mental, dan lebih tepat sebagai fungsi yang lebih tinggi dari otak, dan implisit itu sendiri. Proses Kansei dimulai dengan mengumpulkan fungsi terkait sensorik seperti perasaan, emosi dan intuisi, dengan cara panca indera (yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan sensasi kulit). Gambar 2.2 dibawah ini menunjukkan proses Kansei dan panca indera dalam struktur otak (Lokhman, 2010).



Gambar 2.2 Proses Kansei dan Panca Indera dalam Struktur Otak  
(Sumber: Lokhman, 2010)

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

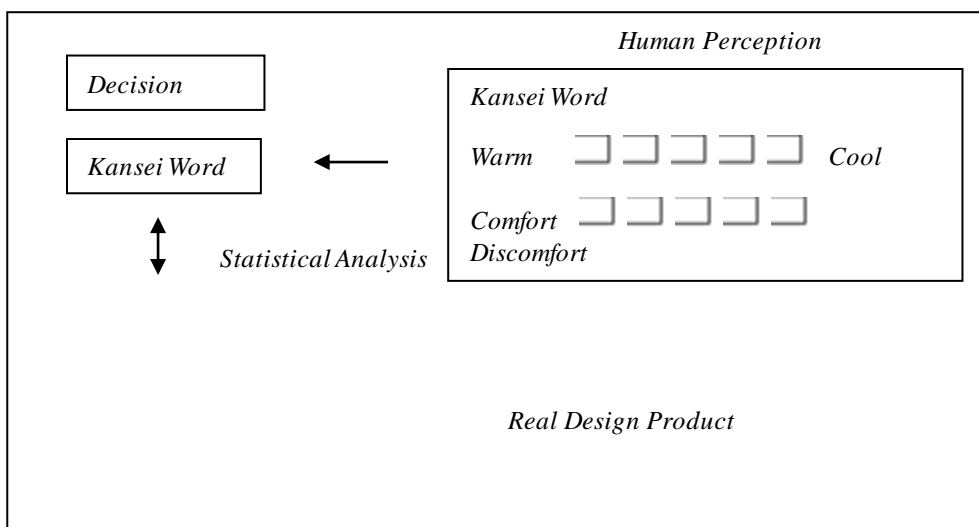
Ketika indra ini dipicu, kognisi psikologis berkaitan dengan persepsi, penilaian dan memori akan muncul. Dalam skenario untuk pergi ke sebuah restoran asing, visi Anda, bau, rasa dan kognisi akan menilai apakah restoran adalah "sangat ramah" dan atau memberikan "pelayanan yang baik". Ini adalah "Kansei". Kansei muncul melalui kognisi dengan beberapa sensasi kontribusi di tempat (Lokhman, 2010).

*Kansei Engineering* bertujuan untuk dapat menghasilkan produk baru berdasarkan perasaan dan permintaan konsumen. Ada empat poin mengenai teknologi kansei engineering ini (Nagamachi, 1995):

1. Bagaimana memahami perasaan konsumen tentang produk dalam hal ergonomi dan psikologis.
2. Bagaimana mengidentifikasi karakteristik desain produk dari perasaan konsumen.
3. Bagaimana membangun Kansei Engineering sebagai teknologi ergonomis.
4. Bagaimana untuk menyesuaikan desain produk untuk perubahan sosial saat ini atau tren preferensi masyarakat.

Dibidang seni dan desain, Kansei adalah salah satu elemen-elemen yang paling penting yang membawa kemauan atau kekuatan menciptakan sesuatu. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh harada, ditemukan bahwa sikap seseorang didepan karya seni dan desain seni tidak berdasarkan pada logika tetapi berdasarkan pada Kansei. Kansei engineering berhubungan dengan empat hal antara lain adalah (Ady, 2011):

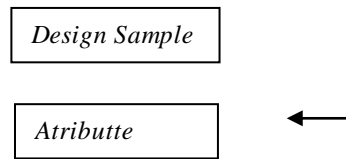
Untuk menangkap perasaan konsumen tentang produk menurut istilah ergonomik dan estimasi psikologis, semantic differential (SD) yang dikembangkan oleh Osgood merupakan teknik utama untuk menangkap Kansei konsumen. Sebuah contoh diterangkan digambarkan pada Gambar 2.3 berikut:





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.3 Proses Semantic Differential for Kansei Word

(Sumber: Ady, 2011)

Untuk mengidentifikasi karakteristik desain produk dari Kansei konsumen. Hal ini dilakukan dengan melakukan survei atau eksperimen ergonomi untuk mengamati elemen-elemen.

Untuk membangun Kansei Engineering sebagai sebuah teknologi ergonomik. Beberapa teknologi komputer yang canggih. Inteligen butan, model jaringan syaraf dan algoritma genetik termasuk juga teori Fuzzy, disertakan juga untuk membangun rangka kerja yang sistematik dari teknologi Kansei Engineering. Dan untuk mengkotruksi database yang terhubung dan system interface.

4. Untuk menyesuaikan desain produk dengan perubahan sosial yang sedang terjadi yang sesuai dengan pilihan orang. Hal ini bertujuan untuk merawat kesehatan database yang terhubung system interface.

#### 2.6.1 Tipe-Tipe Kansei Engineering

Kansei Engineering dibedakan menjadi tiga macam atau jenis berdasarkan prosesnya, sebagai berikut (Nagamachi, 2003 dikutip oleh Setiawan, 2012):

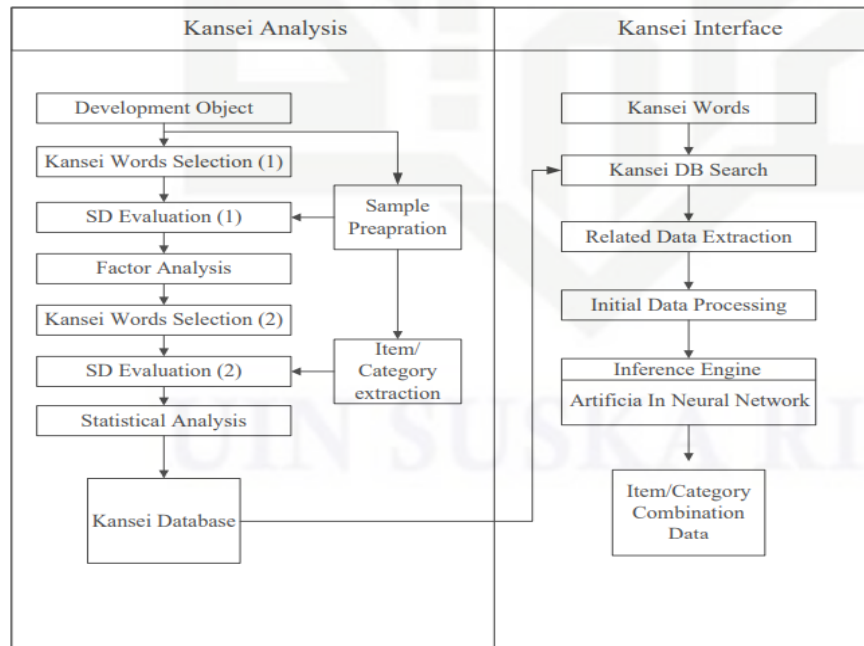
Kansei Engineering tipe I Kansei Engineering tipe I adalah metode memecah konsep produk yang ditargetkan menjadi konsep yang lebih rinci dan memperluas ke beberapa tingkatan, diinterpretasikan ke dalam karakteristik desain produk.

Kansei Engineering tipe II Kansei Engineering tipe II adalah rekayasa yang menterjemahkan kansei (perasaan dan emosi) konsumen terhadap produk untuk pengembangan produk. Kansei engineering tipe II ini menggunakan system komputerisasi seperti *fuzzy logic*, *expert system*, dan algoritma genetika.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kansei engineering tipe III Dalam pemodelan kansei ini, suatu model matematis dibangun dalam basis peraturan yang rumit untuk mencapai keluaran ergonomis dari kata-kata kansei. Kansei engineering dalam proses rekayasanya terdiri dari beberapa proses dapat dilihat pada Gambar 2.4 dibawah ini:



Gambar 2.4 Proses Kansei Engineering  
(Sumber: Nagamachi, 2003 dikutip oleh Setiawan, 2012)

### Penentuan

Populasi dan Sampel Populasi adalah keseluruhan objek yang akan atau ingin diteliti. Populasi ini sering juga disebut Universe. Anggota populasi dapat berupa benda hidup maupun benda mati, dimana sifat-sifat yang ada padanya dapat diukur atau diamati. Populasi yang tidak pernah diketahui dengan pasti jumlahnya disebut Populasi Infinit atau tak terbatas, dan populasi yang jumlahnya diketahui dengan pasti (populasi yang dapat diberi nomor identifikasi). Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian, sampel sendiri secara harfiah berarti contoh (Nasution, 2003).

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada penelitian ini konsumen yang membeli produk mie sagu tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung sampel minimum, teknik sampling yang digunakan adalah rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow digunakan untuk populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2} \quad \dots(2.1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha atau sampling error 2.8

### 2.8 Teknik Sampling

Pemilihan teknik pengambilan sampel merupakan upaya penelitian untuk mendapatkan sampel yang representatif yang dapat menggambarkan populasinya. Berikut adalah jenis-jenis teknik pengambilan sampel dalam sebuah penelitian (Nasution, 2003):

#### 1. Sampel Random Sederhana (Simple Random Sampling).

Proses pengambilan sampel dilakukan dengan memberi kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel. Jadi disini proses memilih sejumlah sampel n dari populasi N yang dilakukan secara random.

#### Sampel Random Berstrata (Stratified Random Sampling)

Populasi dibagi strata-strata (sub populasi) kemudian pengambilan sampel dilakukan dalam setiap strata baik secara simple random sampling maupun secara systematic random sampling.

#### Sampel Random Berkelompok (Cluster Sampling)

Pengambilan sampel dilakukan terhadap sampling unit, dimana sampling unitnya terdiri dari satu kelompok (cluster). Tiap item (individu) di dalam kelompok yang terpilih akan diambil sebagai sampel. Cara ini dipakai jika



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

populasi dapat dibagi dalam kelompok-kelompok dan setiap karakteristik yang dipelajari ada dalam setiap kelompok.

#### 4. Sampel dengan maksud (*Purposive Sampling*)

Merupakan pemilihan anggota sampel yang didasarkan atas tujuan dan pertimbangan tertentu dari peneliti. Kelebihan dari pengambilan menurut tujuan ini adalah suatu tujuan dari peneliti yang dapat terpenuhi. Sedangkan, kekurangannya adalah belum tentu mewakili keseluruhan variasi yang ada.

#### Sampel tak disengaja (*Accidental Sampling*)

Sampel diambil atas dasar seandainya saja, tanpa direncanakan lebih dahulu. Juga jumlah sampel yang dikendaki tidak berdasarkan pertimbangan yang dapat dipertanggung jawabkan, asal memenuhi keperluan saja. Kesimpulan yang diperoleh bersifat kasar dan sementara saja.

#### 6. Sample berjatah (*Quota Sampling*)

Pengambilan sampel hanya berdasarkan pertimbangan peneliti saja, hanya disini besar dan kriteria sampel telah ditentukan lebih dahulu. Misalnya Sampel yang akan diambil berjumlah 100 orang dengan perincian 50 laki dan 50 perempuan yang berumur 15-40 tahun. Cara ini dipergunakan kalau peneliti mengenal betul daerah dan situasi daerah dimana penelitian akan dilakukan.

### 2.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### 2.9.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah uji yang dilakukan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan, dalam hal ini angket memenuhi persyaratan validitas serta dilakukan untuk mengukur kemampuan atribut - atribut yang digunakan dalam mengukur variabel. Hal ini harus dilakukan mengingat kualitas data ditentukan oleh atribut – atribut yang yang kita ukur. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk pengujian validitas (Usman, 2013):

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X - \sum Y)}{n [\sum X^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y^2)]} \dots(2.2)$$

Keterangan:

r = Korelasi variabel X dan Y

n = Jumlah responden

X = Skor pertanyaan i

Y = Skor total

### 2.9.2 Uji Reliabilitas

Jika alat ukur sudah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Realibilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Pada alat ukur pengukur untuk fenomena fisik seperti berat dan panjang badan, konsistensi hasil pengukuran bukanlah hal yang sulit dicapai. Namun, untuk mengukur permasalahan bisnis yang mencakup fenomena sosial seperti sikap, opini dan persepsi, pengukuran yang konsisten agak sulit dicapai

Teknik dari Cronbach Mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 0-1, tapi merupakan rentangan antara beberapa nilai, misalnya 0-10 atau 0-100 atau bentuk skala 1-3, 1-5 atau 1-7 dan seterusnya dapat menggunakan teknik dari Cronbach. II-21 Rumus ini ditulis sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right) \dots(2.3)$$

Keterangan:

r<sub>11</sub> = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir

$\sigma t^2$  = varians total

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk menentukan keeratan suatu hubungan dari perhitungan koefisien reliabilitas, maka digunakan kriteria sebagai berikut (Widodo, 2006):

Kurang dari 0,2	: Hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan
0,2 - < 0,4	: Sangat kecil (tidak erat)
0,4 - < 0,7	: Hubungan cukup erat
0,7 - < 0,9	: Erat ( <i>reliable</i> )
0,9 - < 1,0	: Sangat erat
1	: Sempurna

Semakin besar nilai *cronbach's alpha* (semakin mendekati 1), maka kuesioner tersebut semakin reliabel. Koefisien *cronbach's alpha* merupakan reliabilitas yang paling umum digunakan. Koefisien *cronbach's alpha*. Yaitu metoda perhitungan reliabilitas yang dikembangkan oleh Cronbach.

### 2.10 Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data dilakukan untuk menguji apakah data kuesioner yang diberikan telah cukup menggambarkan populasi pelanggan keseluruhan. Besarnya sampel penelitian ditentukan dengan mendasarkan pada jumlah populasi, dimana bila subyeknya lebih dari 100, maka digunakan ukuran sampel sebesar 10%-15%. Berikut adalah rumus yang digunakan dalam uji kecukupan data (Arikunto, 1998 dalam Djunaidi, 2006).

$$N' = \frac{\beta / \alpha \sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2}}{\sum X} \quad \dots(2.4)$$

Keterangan:

- N' = Jumlah data yang diperlukan  
 N = Jumlah data yang telah dilakukan  
 $\beta$  = Tingkat Kepercayaan  
 $\alpha$  = Tingkat Ketelitian

### 2.11 Semantic Differential (Diferensial Semantik)



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Semantic differential* mengukur makna psikologis menggunakan kata sifat. Metodenya terdiri dari sejumlah, biasanya 5 dan 7 skala, dimana responden memilih sebuah konsep atau lebih pada setiap item skala. Skala semantic differential didasarkan pada sebuah obyek dapat mempunyai beberapa dimensi makna konotatif. Makna-makna tersebut ditempatkan dalam ruang multi dimensi, disebut ruang semantik. Contohnya api membara di perapian bisa berkonotasi romantic selain makna materi yang terbakar (Cooper dan Schlinder, 2006 dikutip oleh Setiawan, 2012)

Skala semantic differential merupakan cara yang efektif dan mudah untuk mendapatkan sikap-sikap dari sebuah sampel besar. Sikap ini bisa diukur arah maupun intensitasnya. Serangkaian tanggapan total memberikan gambaran komprehensif makna dari sebuah obyek. Ini merupakan teknik dasar yang mudah diulang serta meniadakan masalah distorsi tanggapan yang seringkali ditemukan dalam metode langsung. Instruksi dasar untuk membuat sebuah skala semantic differential diperlihatkan dalam Gambar 2.5 (Cooper dan Schlinder, 2006 dalam Setiawan, 2012)

No:						Name:
	1	2	3	4	5	
1. Cute	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Not Cute
2. Textured	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Not Textured
3. Variabel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Invariabel
4. For Street Racers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	For All Users
5. Dinamic	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Static
6. Maniac	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Not Maniac
7. Futuristic	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Retro
8. Unwearying	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Wearying
9. Charming	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Charmless
10. Flat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Not Flat

Gambar 2.5 Contoh Semantic Differential

(Sumber: Cooper dan Schlinder, 2006 dikutip oleh Setiawan, 2012)

Penggunaan skala semantic differential mengharuskan kansei word dipasangkan dengan lawan katanya. Semantic differential pada penelitian perancangan ulang desain ini menggunakan 5 skala, antara lain adalah sebagai berikut (Setiawan, 2012):

*Very disagree* (skala 1)

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sangat tidak setuju pada kansei word kolom kiri (positif), yang berarti bahwa persepsi responden terhadap suatu pengembangan sangat sesuai kansei word kolom kanan (negatif).

*Disagree* (skala 2)

Tidak setuju pada kansei word kolom kiri (positif), yang berarti bahwa persepsi responden terhadap suatu pengembangan sangat sesuai kansei word kolom kanan (negatif).

*Neither* (skala 3)

Netral, yang berarti bahwa persepsi responden terhadap suatu pengembangan netral pada kansei word kolom positif maupun negatif.

*Agree* (skala 4)

Setuju pada kansei word kolom kiri (positif), yang berarti bahwa persepsi responden terhadap suatu pengembangan sangat sesuai kansei word.

5. Very agree (skala 5) Sangat setuju pada kansei word kolom kiri (positif), yang berarti bahwa persepsi responden terhadap suatu pengembangan sangat sesuai kansei word.

## 2.12 Analisis Faktor

Proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan (interrelationship) antara sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal. Secara umum analisis faktor atau analisis komponen utama bertujuan untuk mereduksi data dan menginterpretasikannya sebagai suatu variabel baru yang berupa variabel bentukan. Andaikan dari  $p$  buah variabel awal terbentuk  $k$  buah faktor atau komponen dimana  $k < p$ ,  $k$  buah faktor atau komponen utama dapat mewakili  $p$  buah variabel aslinya sehingga lebih sederhana

### 2.12.1 Uji Barlett

Pengujian barlett digunakan untuk melihat apakah variabel yang digunakan berkorelasi dengan variabel lainnya. Jika variabel-variabel yang

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan sama sekali tidak mempunyai korelasi dengan variabel lainnya, sudah barang tentu analisis faktor tidak dapat dilakukan (Usman, 2013).

Korelasi antar variabel dituliskan dalam bentuk matriks. Bila terdapat  $p$  buah variabel, maka matriks korelasi yang terbentuk adalah sebagaimana dapat dilihat di bawah ini (Usman, 2013):

$$\begin{bmatrix} r_{11} & \cdots & r_{1p} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ r_{p1} & \cdots & r_{pp} \end{bmatrix}$$

Bagian diagonal menunjukkan korelasi antara suatu variabel dengan variabel itu sendiri, sehingga akan bernilai 1.

Atau dalam bentuk matriks dapat dituliskan dengan (Usman, 2013):

$$\begin{bmatrix} 1 & r_{12} & r_{1p} \\ r_{12} & 1 & r_{2p} \\ r_{p1} & r_{p2} & 1 \end{bmatrix}$$

Jika antar variabel yang digunakan dalam analisis faktor tidak mempunyai korelasi satu dengan lainnya atau korelasi antar variabel tidak signifikan secara statistik, yang berarti korelasi antar variabel bernilai 0, maka matriks akan menjadi (Usman, 2013):

$$\begin{bmatrix} 1 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 1 \end{bmatrix}$$

Matriks seperti terlihat sebelumnya, disebut dengan matriks identitas. Bentuk matriks inilah yang tidak bisa digunakan untuk melakukan analisis faktor.

Pada uji barlett digunakanlah hipotesis dalam pengujian adalah sebagai berikut (Usman, 2013):

$H_0$  = Matriks korelasi merupakan matriks identitas

$H_1$  = Matriks korelasi bukan matriks identitas

Pengujian dilakukan dengan menggunakan pengujian statistik Chi Square, sebagaimana dilihat pada Rumus 2.5 di bawah ini:

$$\chi^2 = - \left[ (n-1) - \frac{2_{p+5}}{6} \right] \ln |R| \quad \dots(2.5)$$

Keterangan:



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

N = Jumlah observasi

$||$  = Determinan matriks korelasi

P = Jumlah variabel

Setelah menghitung statistik Chi Square, maka langkah selanjutnya adalah mengambil keputusan. Adapun kriteria keputusan adalah, Tolak  $H_0$  jika (Usman, 2013):

$$x^2_{hitung} > x^2_{\alpha, p (p-1) / 2} \quad \dots(2.6)$$

$x^2_{hitung} > x^2_{\alpha, p (p-1) / 2}$  merupakan angka yang didapat dari tabel. Akan tetapi, untuk mengambil keputusan dalam pengolahan data menggunakan software SPSS Statistic. Maka tidak perlu lagi membandingkan dengan nilai tabel, sebab software SPSS Statistic telah menyediakan 'Sig' (*Level of significance*).

#### 2.12.2 Uji KMO (Kaiser Mayer Olkin)

Sebagaimana diketahui bahwa data merupakan komponen sangat penting dalam analisis kuantitatif. Pengujian KMO (Kaiser Mayer Olkin) merupakan suatu pengujian yang menunjukkan apakah metode sampling yang digunakan sudah memenuhi syarat atau tidak, yang berimplikasi apakah data dapat dianalisis lebih lanjut atau tidak (Usman, 2013). Adapun rumus pengujian KMO secara matematis dituliskan dengan:

$$KMO = \frac{\sum_i^n \sum_{j \neq i}^n r_{ij}^2}{\sum_i^n \sum_{j \neq i}^n r_{ij}^2 + \sum_i^n \sum_{j \neq i}^n \alpha_{ij}^2} \quad \dots(2.7)$$

Keterangan:

$i = 1, 2, 3, \dots, p$

$j = 1, 2, 3, \dots, p$

$r_{ij}$  = Koefesien korelasi sederhana dari variabel  $i$  dan  $j$

$\alpha_{ij}$  = Koefesien korelasi parsial dari variabel  $i$  dan  $j$

Setelah KMO didapat maka akan didapat kesimpulan berdasarkan nilai yang didapat tersebut sebagai berikut (Usman, 2013):

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 0,9 - 1,0 = Data sangat baik untuk dilakukan untuk analisis faktor
- 0,8 - 0,9 = Data baik untuk dilakukan analisis faktor
- 0,7 - 0,8 = Data agak baik untuk dilakukan analisis faktor
- 0,6 - 0,7 = Data lebih dari cukup untuk dilakukan analisis faktor
- 0,5 - 0,6 = Data cukup untuk dilakukan analisis faktor
- $\leq 0,$  = Data tidak layak untuk dilakukan analisis faktor

Dengan demikian jika nilai KMO yang didapat lebih rendah dari 0,5 maka tidak diperlukan lagi analisis faktor.

### 12.3 MSA (*Measure of Sampling Adequacy*)

MSA merupakan sebuah statistik yang berguna untuk mengukur seberapa tepat suatu variabel terprediksi oleh variabel lain dengan error yang relatif kecil. Formulasi perhitungannya adalah dengan membandingkan antara korelasi terobservasi dengan korelasi parsial. Perhitungan secara sistematis dirumuskan sebagai berikut (Usman, 2013):

$$MSA = \frac{\sum_i^n \sum_{j \neq i}^n r_{ij}^2}{\sum_i^n \sum_{j \neq i}^n \alpha_{ij}^2} \quad \dots(2.8)$$

Keterangan:

$i = 1, 2, 3, \dots, p$

$j = 1, 2, 3, \dots, p$

$r_{ij}$  = Koefisien korelasi sederhana dari variabel  $i$  dan  $j$

$\alpha_{ij}$  = Koefisien korelasi parsial dari variabel  $i$  dan  $j$

Nilai MSA berkisar antara 0 sampai 1, dan berdasarkan nilai MSA yang didapat akan diambil kesimpulan sebagai berikut (Usman, 2013):

1.  $MSA = 1$  berarti setiap variabel mampu diprediksi variabel lain secara tepat, atau tanpa error.
2.  $MSA > 0,5$ , variabel masih bisa diprediksi variabel lain.
3.  $MSA < 0,5$ , variabel tidak diprediksi dan harus dikeluarkan dari analisis.

Mengingat kegunaan MSA ini sebagaimana disebutkan diatas, maka MSA merupakan suatu ukuran untuk menguji validitas dari atribut. Sebagaimana kriteria nilai MSA diatas, maka atribut yang mempunyai  $MSA < 0,5$  merupakan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atribut valid. Sedangkan jika suatu atribut mempunyai nilai  $MSA > 0,5$  maka atribut tersebut tidak valid dan harus dikeluarkan atau tidak perlu digunakan untuk mengukur variabel (Usman, 2013).

### 2.13 Orthogonal Array

*Orthogonal array* adalah rancangan fraksional yang memungkinkan estimasi efisien dari pengaruh-pengaruh utama. *Orthogonal array* memungkinkan pengukuran seluruh dampak utama dari atribut yang diminati atas basis yang tidak berkorelasi. Rancangan *orthogonal array* mengasumsikan bahwa seluruh interaksi dapat diabaikan (Setiawan, 2012).

Pada setiap hasil *orthogonal array*, setiap kolom mempresentasikan faktor atau atribut. Setiap level dari atribut yang dihasilkan *orthogonal array* jumlahnya seimbang. *Orthogonal array* tidak membawa pengaruh dari atribut atau level yang lain. Rancangan *orthogonal array* dengan dua level, maka stimuli yang dihasilkan terdiri dari L4, L8, L16, dan L32. Pada proses awal *orthogonal array* ditentukan dahulu stimulus minimal untuk mengetahui stimuli minimalnya (Setiawan, 2012).

### 2.14 Analisis Konjoin

Analisis konjoin adalah teknik statistik yang digunakan dalam penelitian pasar untuk menentukan bagaimana konsumen menghargai fitur yang berbeda yang membentuk suatu produk atau jasa individual. Ini adalah metode untuk pembobotan konsep produk yang berbeda terhadap satu sama lain dalam rangka untuk mengidentifikasi produk yang atribut lebih disukai oleh kelompok konsumen tertentu. Misalnya, kombinasi dari atribut yang berbeda seperti harga, ukuran, warna, merek dan sebagainya memiliki pengaruh gabungan dari keputusan konsumen apakah akan membeli produk atau tidak (Lokhman, 2010).

Analisis konjoin sangat erat hubungannya dengan profil produk. Profil produk ini adalah stimuli yang merupakan suatu kombinasi taraf-taraf dari suatu atribut. Atribut yang dipilih harus merupakan atribut dan taraf yang memiliki peran dalam mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk yang akan dikonsumsi (Riskinandini, 2006).



## 2.15 Consult Expert (Konsultasi Pakar)

Pakar dengan pengetahuan terhadap satu atau lebih submasalah tidak hanya dapat menyediakan konsep penyelesaian secara langsung tapi juga dapat mengarahkan pencarian pada area bermanfaat. Pakar terdiri dari para profesional pada perusahaan manufaktur yang berhubungan dengan produk, konsultan profesional dan divisi teknik dari pemasok (supplier). Orang-rang ini dapat ditemukan dengan menghubungi universitas-universitas, perusahaan dan dengan mencari artikel-artikel penulis (Ulrich, 2001).

## 2.16 Bahan, Alat dan Cara Pembuatan Mie Sagu

Berikut bahan-bahan yang digunakan untuk pembuatan mie sagu :

1. 200 gram Sagu (bisa sagu aren, sagu biasa, atau tepung beras)
2. Air secukupnya

Berikut alat-alat yang digunakan untuk pembuatan mie sagu :

1. Baskom untuk mengaduk, merendam dan menyaring
2. Saringan
3. Wadah air
4. Panci untuk merebus
5. Pencetak mie

Berikut cara membuat mie sagu :

1. Ambil 20% dari 200 gram sagu kemudian campur dengan air secukupnya lalu dimasak di atas kompor hingga membentuk lem
2. Masukkan sagu yang sudah dimasak ke sisa sagu ke dalam wadah lalu aduk hingga kalis
3. Lalu adonan dibentuk bulat dan dimasukkan ke dalam pencetak mie, cetak adonan tersebut hingga membentuk mie
4. Masukkan ke dalam air mendidih di atas kompor selama 1-2 menit untuk memadatkan
5. Lalu masukkan ke dalam air dingin hingga panasnya hilang
6. Kemudian tiriskan hingga kering
7. Mie sagu bisa langsung dikonsumsi dengan tambahan bumbu

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Jika hendak dibungkus atau disimpan maka dapat ditambahkan taburan sagu agar tidak menyatu



UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

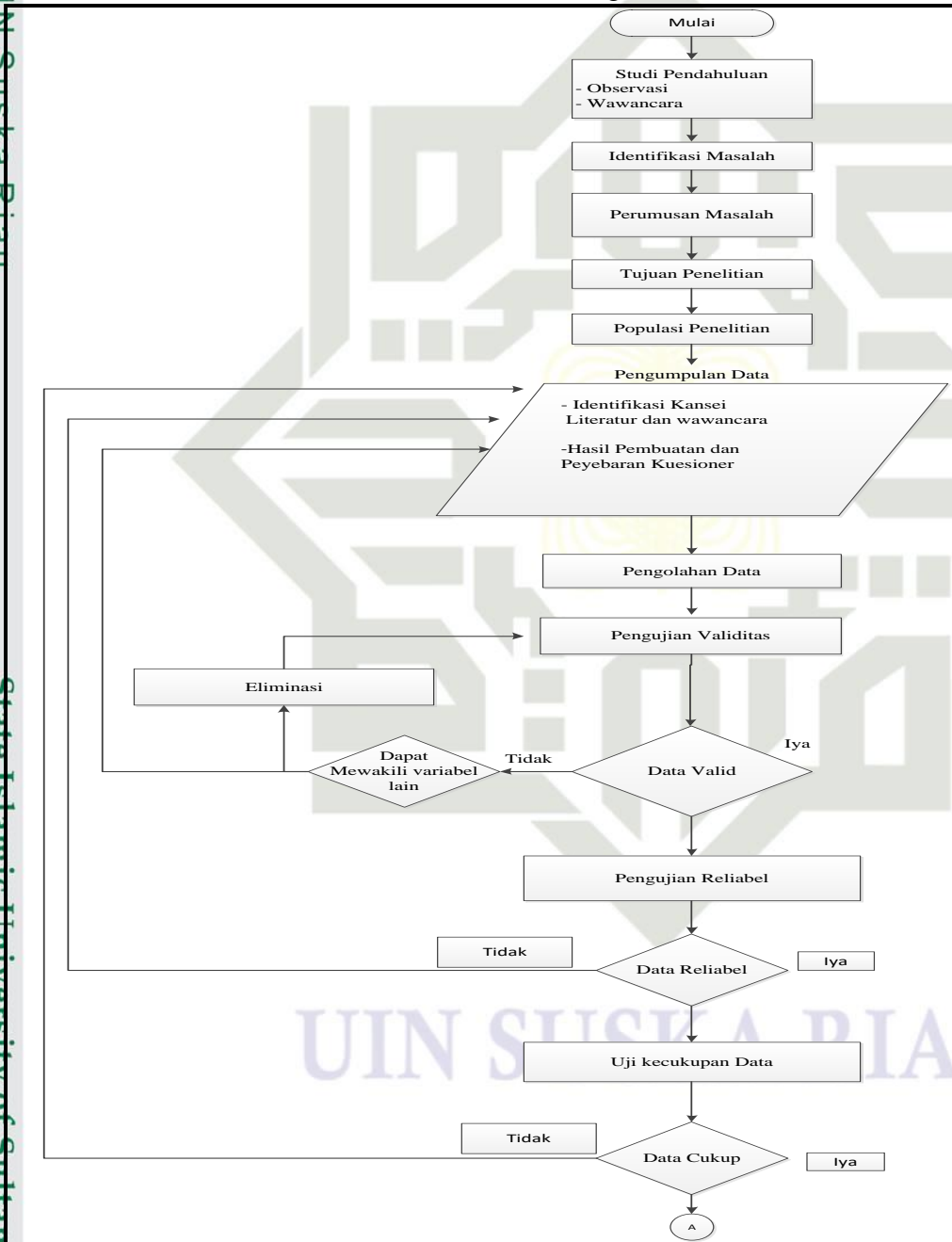
### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Alur penelitian menguraikan tahapan atau alur penelitian yang dijalankan, mulai dari pendahuluan sampai dengan kesimpulan penelitian. Adapun alur penelitian ini Seperti pada Gambar 3.1

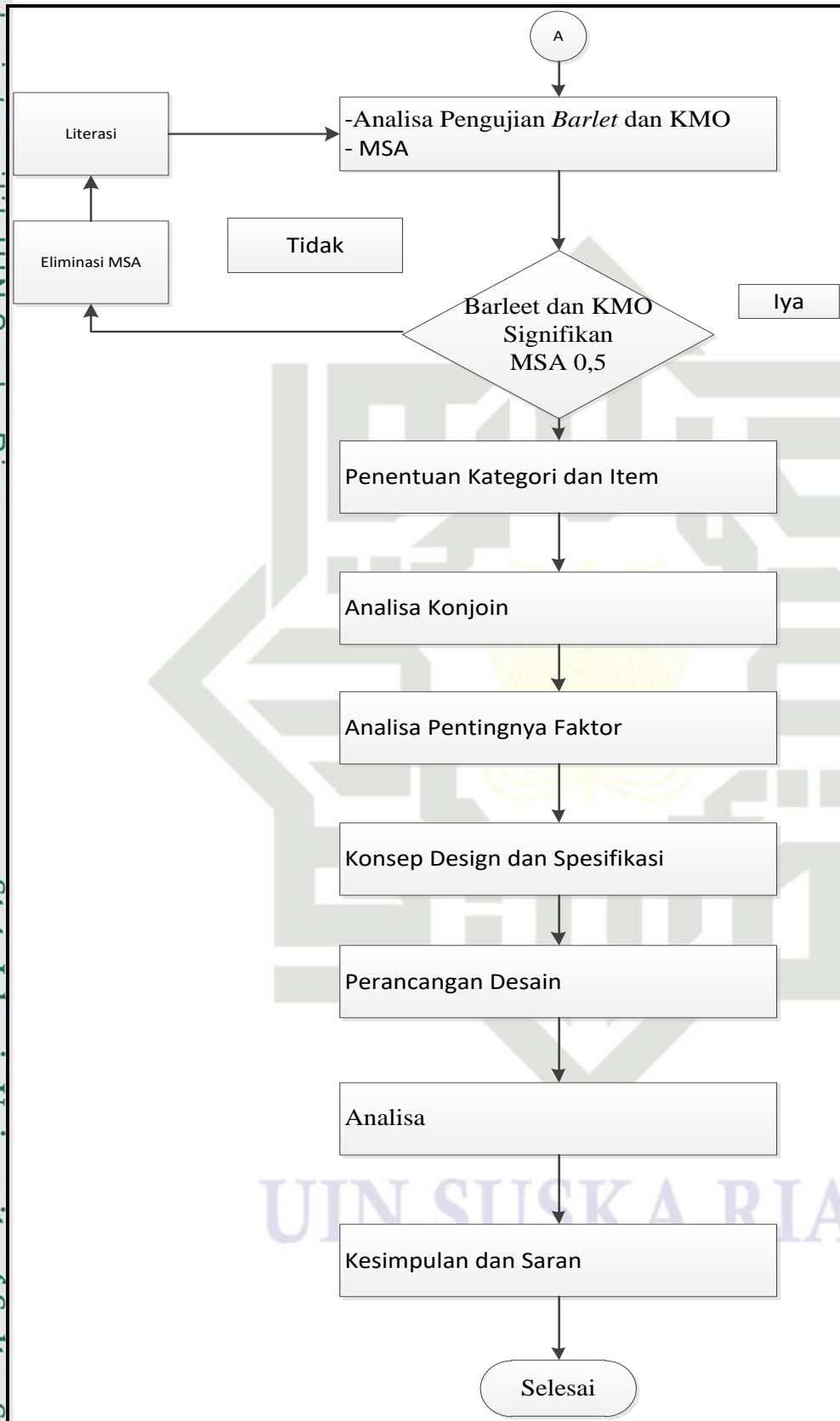
Gambar 3.1 *FlowChat* Metodologi Penelitian





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 3.1 Flowchart

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan melalui observasi pengamatan terhadap perkembangan UKM Mie Sagu yang berada di Desa Semukut Kabupaten Kepulauan Meranti. Pengamatan dilakukan untuk mengetahui serta memperoleh informasi-informasi yang berkaitan dengan penjualan mie sagu serta wawancara terhadap beberapa UKM mie sagu yang berada di Desa Semukut tentang kemasan yang digunakan untuk mengemas produk mie sagu pada saat ini.

### 3.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan survei dan wawancara yang dilakukan terhadap UKM mie sagu yang berada di Desa semukut, ditemukan beberapa permasalahan yang terjadi pada kemasan mie sagu yang digunakan pada saat ini. Permasalahan yang ditemukan melalui wawancara dan observasi langsung berkaitan dengan kemasan mie sagu pada saat ini, plastik kemasan yang mudah menguning sehingga tidak dapat menjaga mie sagu dengan maksimal serta tidak terdapatnya tanggal kadaluarsa dari produk itu sendiri.

### 3.3 Perumusan Masalah

Tujuan dari perumusan masalah ini untuk memperjelas tentang masalah yang akan diteliti dan dibahas dalam penelitian ini. Agar memudahkan peneliti dalam menentukan konsep-konsep teoritis yang telah telaah dan memilih metode pengujian data yang tepat. Dari identifikasi masalah maka didapatkan suatu rumusan masalah yaitu bagaimana merancang ulang desain kemasan mie sagu berdasarkan orientasi perasaan konsumen dengan menggunakan metode *Kansei Engineering*.

### 3.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan sebelumnya, maka ditetapkanlah tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk merancang ulang desain kemasan mie sagu berdasarkan orientasi perasaan konsumen dengan menggunakan metode *Kansei Engineering*.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.5 Penetapan Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Objek atau nilai yang akan diteliti dalam sampel disebut unit sampel. Unit sampel mungkin sama dengan nilai analisis, tetapi mungkin juga tidak. Pada penelitian ini masyarakat atau konsumen yang membeli produk mie sagu tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung sampel minimum, teknik sampling yang digunakan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel, jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebanyak 30 responden. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel Pengambilan Menurut Tujuan (Purposive Sampling). Merupakan pemilihan anggota sampel yang didasarkan atas tujuan dan pertimbangan tertentu dari peneliti.

### 3.6 Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan langkah-langkah yang ada pada *Kansei Engineering* untuk kemasan mie sagu yang sesuai dengan orientasi perasaan konsumen. Tahapan pengumpulan data yang dilakukan adalah:

Pengidentifikasian *Kansei words* yang berkaitan dengan kemasan mie sagu. Pengidentifikasian *kansei words* didapatkan dari wawancara langsung terhadap konsumen serta dari berbagai literatur jurnal dan buku.

Setelah dilakukan pengeidentifikasian *kansei word* berdasarkan wawancara dan diperkuat berdasarkan literatur, menterjemahkan identifikasi *kansei word* yang telah didapatkan kedalam kebutuhan konsumen yang berasaskan emosi dan psikologi konsumen terhadap kemasan mie sagu kedalam elemen kebutuhan secara emosi dalam bentuk *kansei word* yang tepat dan sesuai.

Pembuatan Kuisioner 1 (*Sematic Differential* 1) perancangan ulang desain kemasan mie sagu disusun dengan skala *semantic differential*. Data penyusun kuisioner 1 ini adalah *kansei word* yang telah dikumpulkan, kuisioner *semantic differential* (Tingkat Kepentingan 1).



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penggunaan skala *semantic differential* mengharuskan *kansei word* dipasangkan dengan lawan katanya.

### 3.7 Pengolahan Data

Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah penentuan atau pengidentifikasian *kansei word* yang digunakan untuk mewakili persepsi konsumen dalam salah satu faktor atau alasan pada pemilihan kemasan. Pengidentifikasian *kansei word* dilakukan dengan cara wawancara secara langsung dengan 30 orang responden awal untuk mendapatkan *kansei word* mengenai kemasan mie sagu

### 3.8 Pengujian Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Jika periset menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data, kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya. Setelah kuesioner tersebut tersusun dan teruji validitasnya, dalam peraktek belum tentu data yang terkumpul adalah data yang valid. Banyak hal lain yang akan mengurangi validitas data. Pada penggunaan metode *kansei engineering*, uji validitas dilakukan untuk mengetahui *kansei word* yang tidak valid. Apabila *kansei word* terdapat yang tidak valid maka dilakukan eliminasi data yang tidak valid, kemudian dilakukan lagi uji validitas iterasi selanjutnya sampai keseluruhan data *kansei word* valid. Namun, apabila data yang tidak valid adalah item yang belum bisa terwakilkan oleh item atau pernyataan yang lain maka akan dilakukan penyusunan kuisisioner ulang.

### 3.9 Pengujian Reliabilitas

Jika alat ukur sudah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Apabila data dengan klasifikasi nilai reliable yang

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyatakan reliable lemah, maka akan dilakukan penyebaran kuisioner 1 (SD1) ulang.

### 3.10 Pengujian Kecukupan Data

Pengujian kecukupan data digunakan untuk mengetahui apakah data hasil pengukuran dengan tingkat kepercayaan dan tingkat ketelitian tertentu jumlahnya sudah memenuhi atau belum. Syarat uji kecukupan data adalah apabila  $N'$  (hasil perhitungan) lebih kecil dari jumlah  $N$  (jumlah data). Apabila data yang dikumpulkan belum cukup, maka dilakukan pengumpulan data ulang berupa sampel dan *kansei word*

### 3.11 Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan bagian dari multivariate yang berguna untuk mereduksi variabel. Cara kerjanya adalah mengumpulkan variabel-variabel yang berkorelasi kedalam satu atau beberapa faktor. Dalam menggunakan analisis faktor ada beberapa pengujian yang penting untuk dilakukan agar analisis yang dilakukan tepat. Berikut adalah pengujian dalam analisis faktor (Usman, 2013)

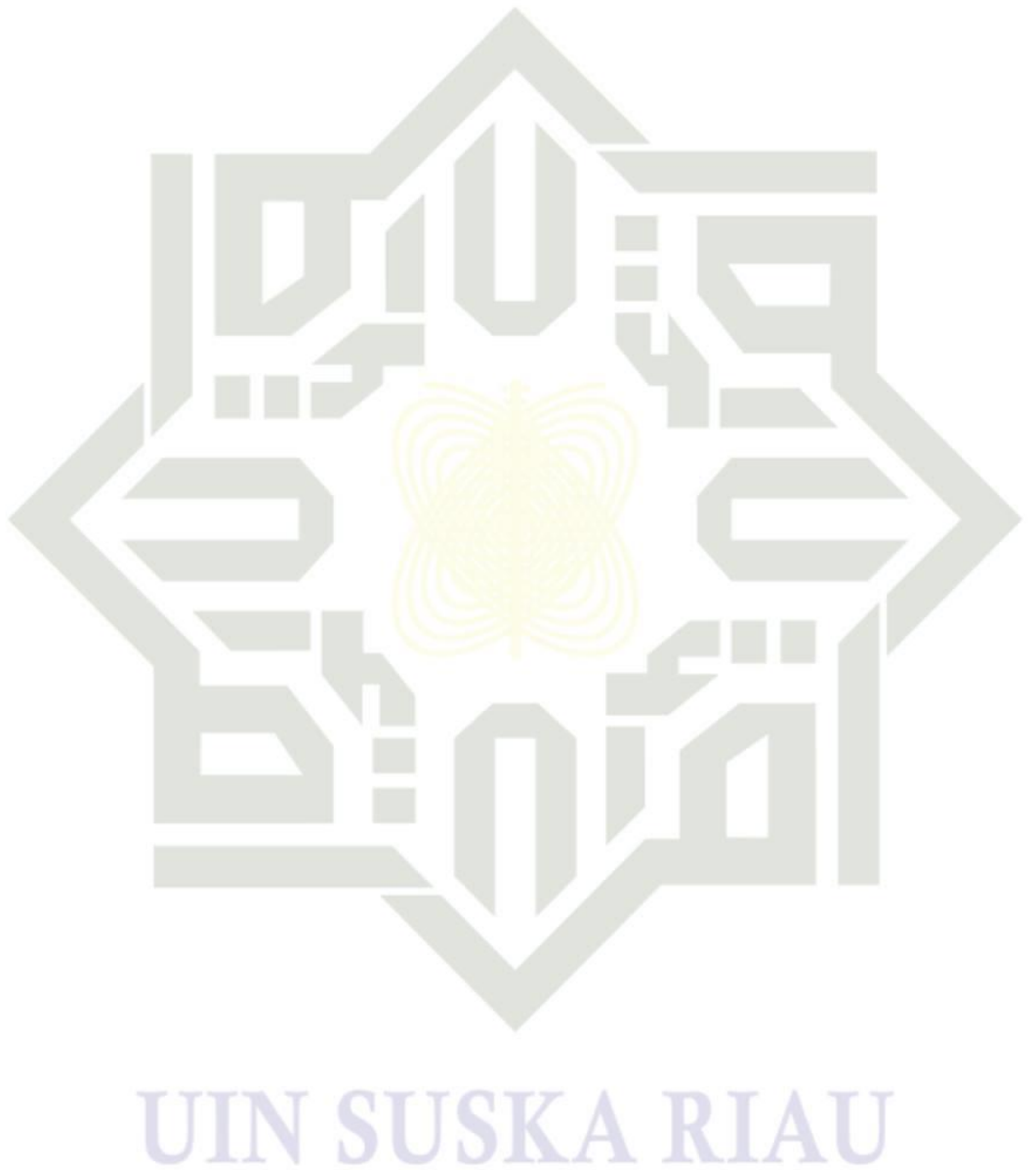
### 3.12 Analisa

Berdasarkan pengolahan yang dilakukan maka akan didapatkan hasil dari pengolahan data tersebut. Setelah hasil pengolahan data diketahui maka langkah selanjutnya adalah analisa berdasarkan hasil pengolahan data yang disesuaikan dengan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Analisa yang dilakukan akan menunjukkan hasil dari penelitian yang dilakukan. Tentunya analisa dilakukan dengan panduan studi literatur yang telah dilakukan sebelumnya.

### 3.13 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan data yang diperoleh adalah data akurat. Hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan dengan menggunakan metode yang telah diterapkan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

Dimana kesimpulan merupakan hasil dari pelaksanaan penelitian ini. Serta kegiatan penelitian yang dilakukan juga akan membutuhkan solusi dan saran terhadap UKM mie sagu maupun saran untuk penelitian itu sendiri kedepannya.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penentuan tujuan penelitian pada BAB sebelumnya, diketahui kesimpulan dari penelitian ini yaitu, untuk merancang ulang kemasan mie sagu berdasarkan orientasi perasaan konsumen dengan menggunakan metode *kansei engineering* dapat dilakukan dengan spesifikasi akhir yang didapatkan berdasarkan kansei word dan elemen desain terpilih sebagai berikut:

##### 1. Kansei Word Terpilih

Berikut adalah kansei word terpilih yang didapatkan berdasarkan pengidentifikasian kansei word serta pengolahan data.

- Rapi
- Mudah dibuka
- Mudah ditutup
- Praktis
- Harga murah
- Mudah disusun
- Mudah disimpan
- Aman
- Sablon tahan lama
- Informatif

##### 2. Elemen Desain Terpilih

Adapun elemen desain terpilih untuk perancangan kemasan mie sagu berdasarkan penyebaran kuisioner evaluasi tingkat kepentingan adalah kemasan mie sagu yang terbuat dari material plastik, penggunaan warna kemasan yang terang, desain kemasan yang lucu dan menampilkan nilai tradisional pada kemasan dengan cara menampilkan pengenalan objek wisata daerah atau lainnya sebagai ajang pengenalan daerah kepada konsumen ketika membeli produk untuk dijadikan oleh-oleh atau lainnya.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 6.2 Saran

Berikut adalah saran-saran yang dapat diberikan pada penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut:

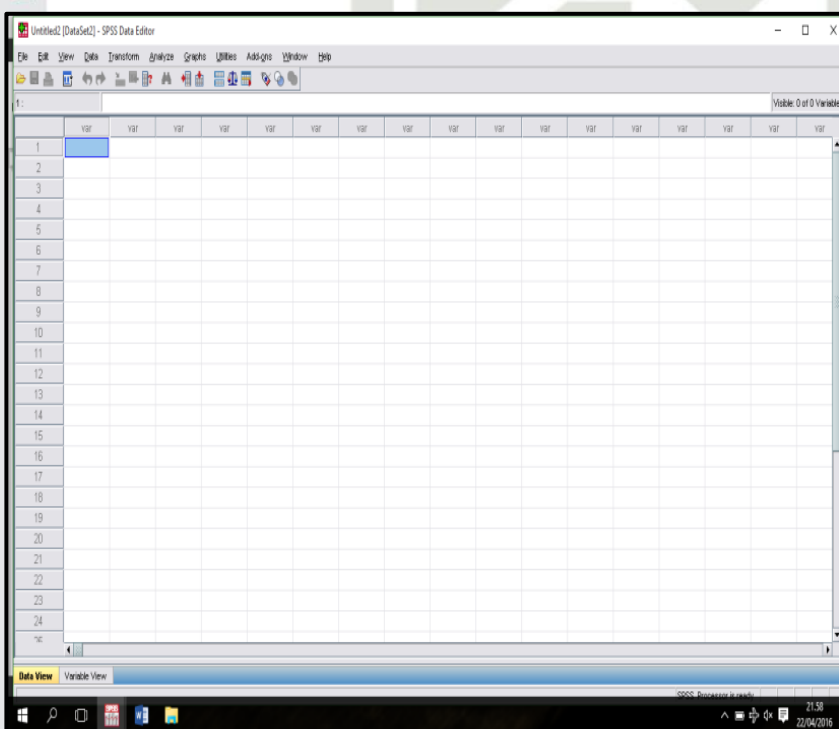
1. Diharapkan pihak UKM mie sagu dapat lebih memahami kebutuhan konsumen pada aspek kemasan produk, demi peningkatan penjualan produk mie sagu.
2. Diharapkan pihak UKM mie sagu dapat menggunakan perancangan kemasan yang telah dilakukan pada penelitian ini.
3. Diharapkan pihak UKM mie sagu dapat memperhatikan kualitas produk yang diproduksi, karena kualitas produk juga akan berpengaruh dalam peningkatan penjualan disamping peran kemasan dalam memperbaiki pemasaran produk.
4. Diharapkan untuk penelitian mengenai aplikasi metode kansei engineering selanjutnya dapat menambahkan metode pendukung guna kesempurnaan penelitian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN



© Hak cipta

University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12	p12	Numeric	8	0		No
13	p13	Numeric	8	0		No
14	p14	Numeric	8	0		No
15	p15	Numeric	8	0		No
16	p16	Numeric	8	0		No
17	p17	Numeric	8	0		No
18	p18	Numeric	8	0		No
19	p19	Numeric	8	0		No
20	p20	Numeric	8	0		No
21	Y_Total	Numeric	8	2		No
22						
23						
24						
25						
26						

data kuesionerrrr.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Add-ons Window Help

17: p11 4

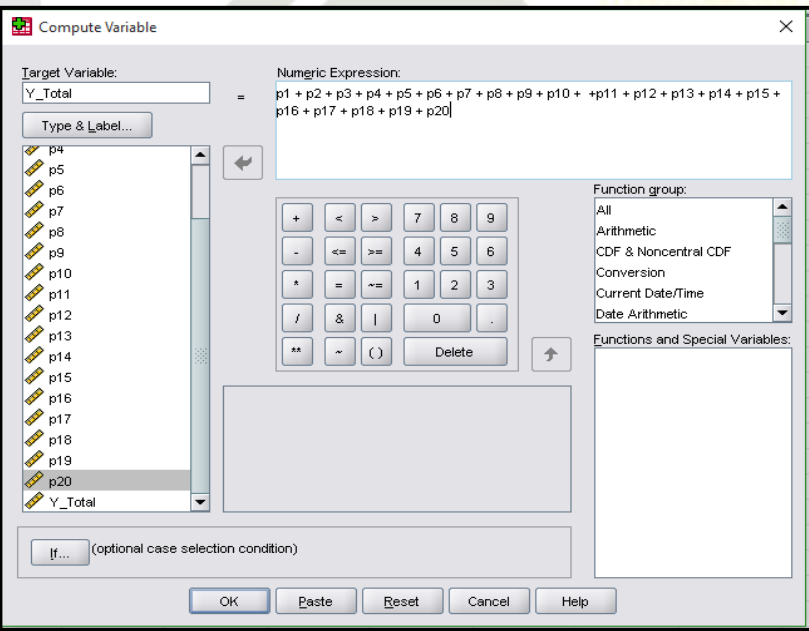
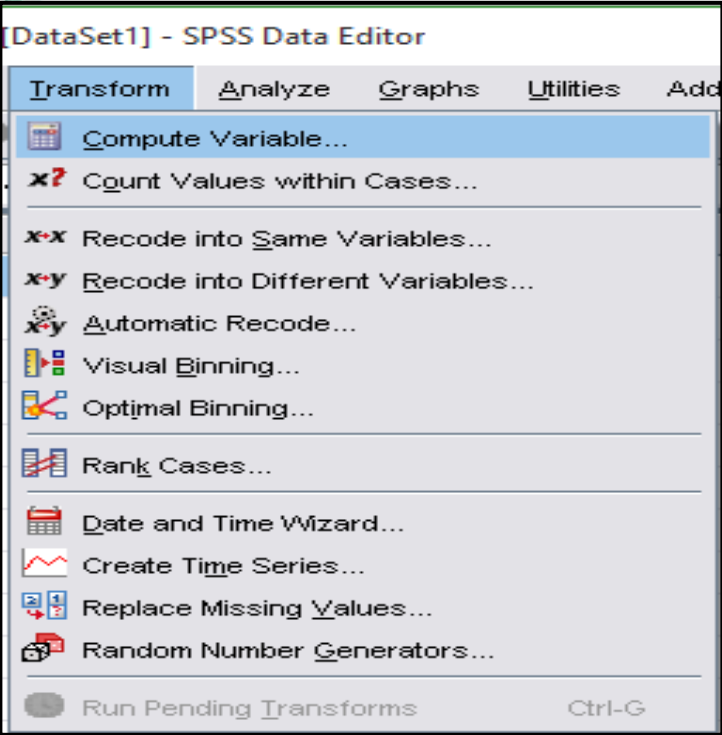
Visible: 21 of 21 Variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15
1	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3
2	2	3	3	3	2	2	1	2	3	2	4	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	3	2	3	3
4	4	3	3	2	3	2	1	3	3	3	3	3	2	3	3
5	2	3	2	2	2	2	4	2	4	3	4	3	2	5	4
6	3	4	3	4	4	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3
7	2	3	3	2	1	2	2	1	3	3	4	3	2	3	2
8	3	3	2	2	2	3	1	4	3	4	4	2	2	3	2
9	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	5	4
10	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2
11	3	4	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	1	3	3
12	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3
13	3	3	3	2	1	3	3	2	2	2	4	3	2	3	4
14	4	4	4	2	2	3	4	3	4	3	4	4	2	4	3
15	3	3	3	2	1	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2
16	4	3	2	1	1	1	1	1	2	1	3	2	3	3	2
17	4	2	2	4	2	2	1	2	4	2	4	4	2	4	2
18	2	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	4	4
19	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	4	4	4	3	5
20	2	2	4	3	2	1	2	2	2	2	4	3	3	3	3
21	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3
22	4	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3
23	2	2	2	3	1	1	1	3	3	2	3	4	3	4	3
24	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2
25	2	3	3	3	2	2	2	2	3	5	3	3	3	5	4

Data View Variable View

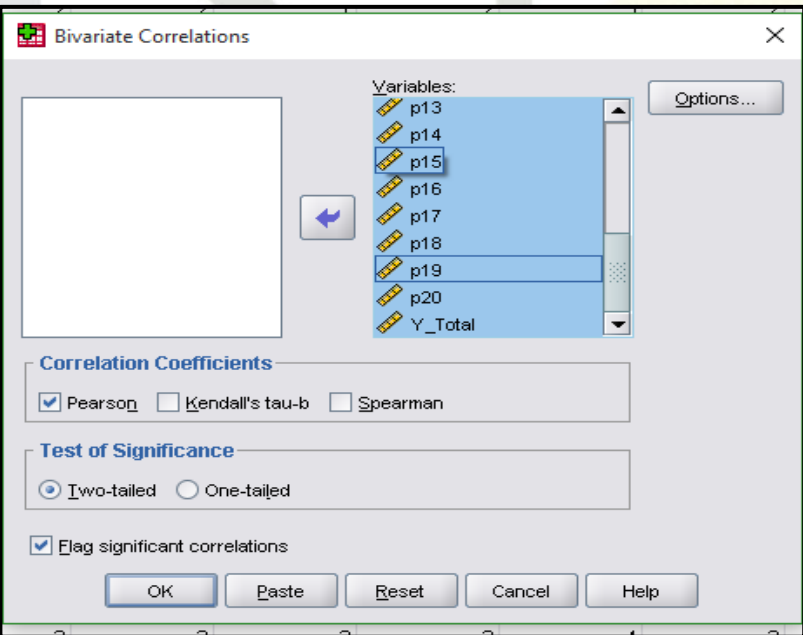
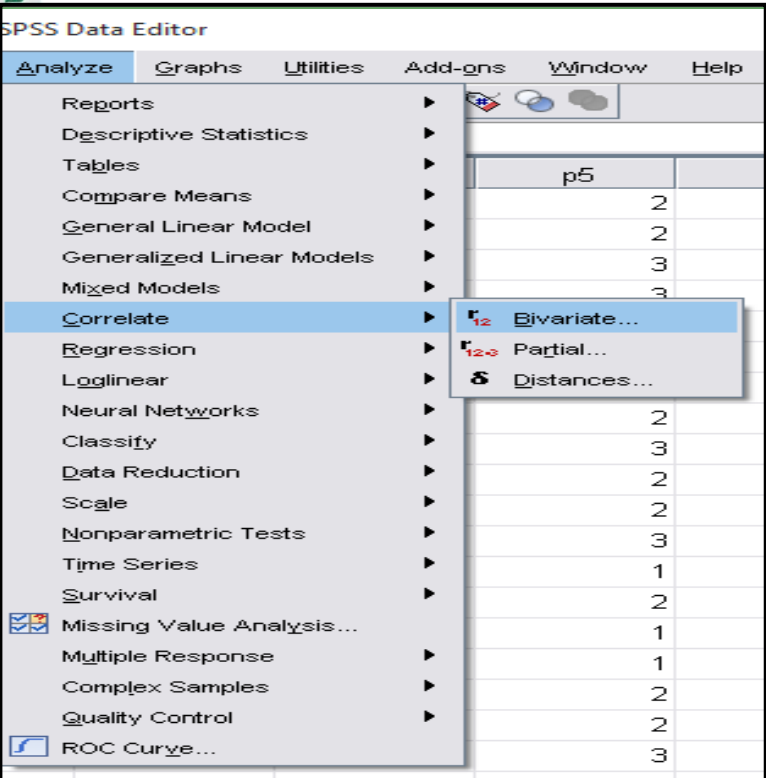
21:28 22/04/2016

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



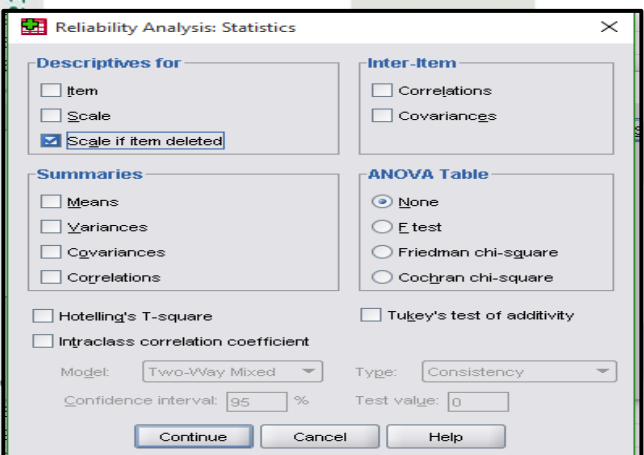
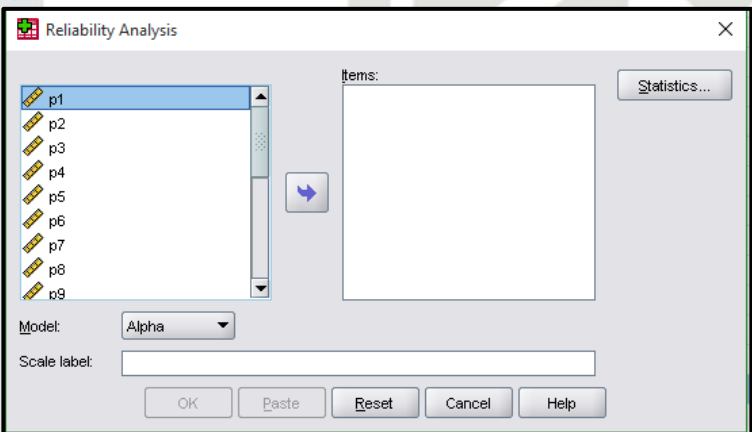
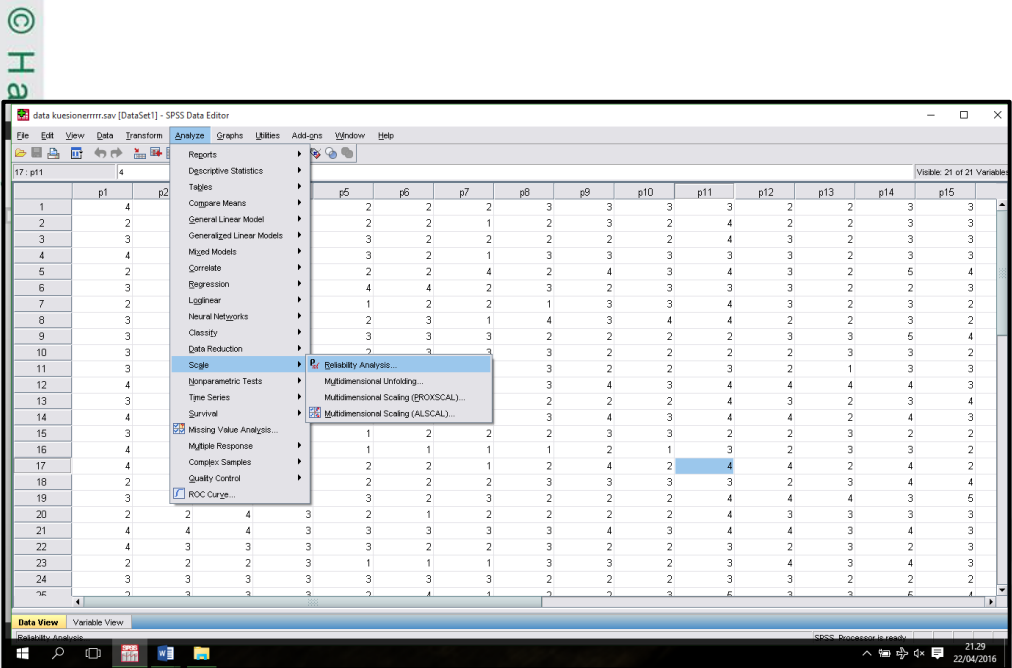
### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

Ady, Wakhid Agung Guna., “Pengembangan Desain Kursi Roda Khusus pada Lansia Berdasarkan Citra (Image) Produk dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering”. Skripsi - Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2011 <http://eprints.uns.ac.id> Diakses pada Tanggal 5 Desember 2016

BPS Provinsi Riau. “Statistik Industri Besar dan Sedang Provinsi Riau Tahun 2014”, Badan Pusat Statistik Provinsi Riau ISSN 0126-3943, Pekanbaru, 2014 [www.riau.bps.go.id](http://www.riau.bps.go.id) Diakses pada Tanggal 7 Oktober 2016

Djunaidi, Much., Eko Setiawan dan Tri Hariyanto. “Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Fuzzy Service Quality dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan”. Jurnal Ilmiah Teknik Industri Vol.4, No.3, Hal 139-146. Jurusan Teknik Industri Universitas Muhamaddiyah Surakarta, 2006 [journals.ums.ac.id](http://journals.ums.ac.id) Diakses pada Tanggal 8 Oktober 2016

Harian Bertuah.co Diakses Pada Tanggal 07 Desember 2016.

Kimchuk, Marianne Rosner dan Sandra A. Krasovec. “Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan”. Jakarta: Erlangga, 2007.

Lokhman, Aniwati Mohd. “Design and Emotion: The Kansei Engineering Methodology”. International Journal Vol.1, Issue 1. Faculty of Computer and Mathematical Science. University Teknologi MARA (UiTM). Malaysia, 2010 <http://anitawati.uitm.edu.ac.id> Diakses pada Tanggal 5 Desember 2016

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mu'alim dan Rachmad Hidayat. "Re-Desain Kemasan Dengan Metode Kansei Engineering", Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi Vol.2, No.4, Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Trunojo Madura, 2014 <http://jurnal.uai.ac.id> Diakses pada Tanggal 5 Desember 2016

Nagamachi, Mitsuo. "Kansei Engineering: A New Ergonomic Consumer Oriented Technology for Product Development" International Journal of Industrial Ergonomics 15, hal 3-11, Department of Industrial and System Engineering, Hiroshima University, Higashi-Hiroshima, 1995 [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com) Diakses pada Tanggal 5 Desember 2016

Nasution, Rozaini. "Teknik Sampling". Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara (Digized by USU Digital Library), Medan, 2003 [www.library.usu.ac.id](http://www.library.usu.ac.id) Diakses pada Tanggal 20 Desember 2016

Riskinandini, Riana. "Kajian Analisis Konjoin dan Penerapannya Pada Preferensi Mahasiswa Tingkat Akhir IPB Terhadap Pekerjaan", Skripsi Jurusan Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Institut Pertanian Bogor, 2006 [www.repository.ipb.ac.id](http://www.repository.ipb.ac.id) Diakses pada Tanggal 6 Desember 2016

Setiadi, Nugroho J. "Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran", Jakarta Timur: Prenada Media, 2003.

Setiawan, Toto Indra."Pengembangan Produk Pakaian Batik untuk Wanita Berdasarkan Preferensi Pelanggan Menggunakan Kansei Engineering". Skripsi - Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2012 [www.diglib.uns.ac.id](http://www.diglib.uns.ac.id) Diakses pada Tanggal 18 Desember 2016



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Shimp, Terence A. "Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu". Jakarta: Erlangga, 2001.

Ulrich, Karl T dan Steven D. Eppinger. "Perancangan Pengembangan Produk", , Jakarta: Salemba Teknika, 2001.

Usman, Hardius dan Nurdin Sobari. "Aplikasi Teknik Multivariate". Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013. Wijaya, Hadi Jessica., Elisabeth Christine dan Bambang, "Perancangan Desain Kemasan Makanan Khas Kabupaten Ngawi Keripik Tempe Rico". Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Dan Desain, Universitas Kristen Petra, Surabaya, 2016

[www.diglib-UKP.ac.id](http://www.diglib-UKP.ac.id) Diakses pada Tanggal 3 November 2016

Widodo, Prasetya Budi. "Reliabilitas dan Validitas Konstruk Skala Konsep Diri Untuk Mahasiswa Indonesia", Jurnal Psikologi Vol. 3, No.1, Jurusan Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Diponegoro, Semarang, 2006 <http://ejournal.undip.ac.id> Diakses pada Tanggal 22 Juli 2016

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



**Fahrul Huda**, lahir di Payakumbuh , 09 April 1995 adalah anak ke dua dari pasangan Ismaluddin dan Satri yang beralamat di jalan Gaya Baru, Gg, Lintas Kel. Duri Timur, Kec. Mandau, Kab. Bengkalis, Prov. Riau.

Email : [fahrulhuda0909@gmail.com](mailto:fahrulhuda0909@gmail.com)

HP : 085265849606

Pengalaman pendidikan yang dialami dimulai dari SD Negeri 044 Mandau pada tahun 2001 – 2007 dan dilanjutkan ke SMP Negeri 3 Mandau pada tahun 2008 – 2011. Kemudian pendidikan dilanjutkan di SMK Negeri 1 Mandau dengan jurusan Mesin Pengelasan pada tahun 2011 – 2014. Setelah lulus penulis melanjutkan pendidikan sarjana di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan mengambil program studi Teknik Industri di Fakultas Sains dan Teknologi.

UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.